



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων
και Αθλητισμού



ΓΕΝΙΚΗ
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ

Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου

ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ «ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ»

Συγγραφική ομάδα

Σπυρίδων Κοττώρης

Αναστασία Βελέντζα

Ευγενία Γιαλιά

Γεώργιος Δαμασκηνίδης

Δημήτριος Δαπόντας

Μαρία Καμπέρη

Ιωάννα Καραγκιόζη

Αναστάσιος Παπαθανασίου

Σύμβουλος μεθοδολογίας ανάπτυξης

του εκπαιδευτικού εγχειριδίου

Κωνσταντίνος Μαρκίδης

Γλωσσική επιμέλεια

Εκδόσεις Σοκόλη

Σχεδιασμός-σελιδοποίηση

Mr. Moschos / WINK DESIGN

Το περιεχόμενο του εκπαιδευτικού εγχειριδίου της ειδικότητας διαμορφώθηκε από τη συγγραφική ομάδα με βάση μεθοδολογικές προδιαγραφές και ειδικά πρότυπα που επεξεργάστηκε το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» (κωδικός ΟΠΣ [MIS] 5069281) του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020», που υλοποιήθηκε με σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων και, ειδικότερα, από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Κ.Τ.). Το παρόν εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αναπτύχθηκε με την ευθύνη του ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, τα επιστημονικά στελέχη του οποίου παρακολούθησαν και υποστήριξαν τον συντονισμό του έργου σε όλες του τις φάσεις.

Περιεχόμενα

1	Πρόλογος	7
2	Εισαγωγή	9
A	Περιγραφή ειδικότητας	11
1	Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού	11
1 . 1	Τίτλος ειδικότητας	11
1 . 2	Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)	11
2	Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας	12
2 . 1	Ορισμός ειδικότητας	12
2 . 2	Αρμοδιότητες/Καθήκοντα	12
2 . 3	Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα	13
2 . 4	Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης	14
B	Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	17
1	Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	17
2	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης	18
Γ	Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	21
1	Ωρολόγιο πρόγραμμα	22
2	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	24
2 . 1	ΕΞΑΜΗΝΟ Α'	24
2 . 1 . A	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ	24
2 . 1 . B	ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	29
2 . 1 . Γ	ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	34
2 . 1 . Δ	ΔΙΕΘΝΗ ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ	39
2 . 1 . E	ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	44
2 . 1 . ΣΤ	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ I	50
2 . 1 . Ζ	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ I	55
2 . 1 . Η	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	61

2 . 2	ΕΞΑΜΗΝΟ Β'	68
2 . 2 . Α	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ	68
2 . 2 . Β	ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	73
2 . 2 . Γ	ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	78
2 . 2 . Δ	ΔΙΕΘΝΗ ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ	84
2 . 2 . Ε	ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	89
2 . 2 . ΣΤ	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ II	95
2 . 2 . Ζ	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ II	100
2 . 2 . Η	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	106
2 . 3	ΕΞΑΜΗΝΟ Γ'	113
2 . 3 . Α	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ	113
2 . 3 . Β	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ	118
2 . 3 . Γ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	124
2 . 3 . Δ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ	130
2 . 3 . Ε	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ	136
2 . 3 . ΣΤ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ	142
2 . 3 . Ζ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΓΑΛΛΙΚΑ	148
2 . 4	ΕΞΑΜΗΝΟ Δ'	155
2 . 4 . Α	ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ	155
2 . 4 . Β	ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ	161
2 . 4 . Γ	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	169
2 . 4 . Δ	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	175
2 . 4 . Ε	ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	181
2 . 4 . ΣΤ	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	186
2 . 4 . Ζ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ	192
2 . 4 . Η	ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΓΑΛΛΙΚΑ	198
3	Διδακτική μεθοδολογία	205
4	Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης	208
4 . 1	Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας	208
4 . 2	Μέσα ατομικής προστασίας και υγιεινής	209
Δ	Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης	210
1	Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης	211
2	Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η	213
2 . 1	Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης	213

2 . 2	Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης	213
2 . 3	Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης	215
3	Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης	216
4	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης	217
5	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης	225
5 . 1 . Α	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	225
5 . 1 . Β	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ	225
5 . 1 . Γ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	226
5 . 1 . Δ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	227
5 . 1 . Ε	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	227
5 . 1 . ΣΤ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΣΕ ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	228
5 . 1 . Ζ	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ	229
5 . 1 . Η	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	229
5 . 2	Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης	230
	Βιβλιογραφία	232
A	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα	233
B	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων	240
Γ	Σχετική εθνική νομοθεσία	243

1 | Πρόλογος

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ-ΣΑΕΚ (πρώην ΙΕΚ)» [κωδικός ΟΠΣ (MIS) 5069281], η οποία υλοποιήθηκε από σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων και ειδικότερα από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από το ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση».

Το έργο αυτό αποτέλεσε μια ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη βελτίωση και την ενίσχυση του θεσμού της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης σε μια περίοδο κατά την οποία, περισσότερο από ποτέ, το αίτημα της διασύνδεσής του με την αγορά εργασίας είναι επιτακτικό και επίκαιρο. Ιδιαίτερα, μετά τη μακρά περίοδο οικονομικής κρίσης και ύφεσης, την οποία αντιμετώπισε η ελληνική κοινωνία, αλλά και τις συνέπειες από την πανδημική κρίση COVID-19, οι αναδυόμενες προκλήσεις καθιστούν αναγκαία στοχευμένα μέτρα εκσυγχρονισμού του θεσμού. Το συγκεκριμένο έργο αποτέλεσε μια συστηματική προσπάθεια αντιμετώπισης χρόνιων αδυναμιών του πεδίου, αναβάθμισης του επιπέδου των παρεχόμενων γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων και βελτίωσης των μαθησιακών αποτελεσμάτων που απορρέουν από την επαγγελματική κατάρτιση σε συγκεκριμένες ειδικότητες.

Εμπερικλείοντας μια καινοτόμο δέσμη αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων, μεθόδων και πρακτικών, επιδιώξε να συμβάλει με πολλαπλασιαστικό τρόπο στην ενίσχυση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του έργου:

- Διεξήχθη ποιοτική έρευνα με στόχο τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών και της δυναμικής που διέπει το πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης στη χώρα μας και στον ευρωπαϊκό χώρο, με στόχο τη διαμόρφωση σχετικών προτάσεων πολιτικής.
- Αναπτύχθηκαν:
 - Επικαιροποιημένοι «οδηγοί κατάρτισης» για 130 ειδικότητες αρχικής κατάρτισης,
 - Αντίστοιχα εκπαιδευτικά εγχειρίδια για την υποστήριξη της κατάρτισης/εκπαίδευσης των σπουδαστών/-τριών,
 - Συναφείς τράπεζες θεμάτων για κάθε ειδικότητα.
- Το σύνολο των παραπάνω στηρίχθηκε σε ένα ενιαίο μεθοδολογικό πλαίσιο, μέσω του οποίου επιδιώχθηκε η σύνδεση της κοινωνικής εμπειρίας της εργασίας, της

εκπαίδευσης και της πιστοποίησής της, λαμβάνοντας υπόψη το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, καθώς και τις ιδιαιτερότητες του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης.

- Τέλος, με γνώμονα την ενίσχυση της θετικής επενέργειας του έργου σε θεσμικό επίπεδο, αναπτύχθηκε μια μεθοδολογία ευέλικτης τακτικής περιοδικής επανεξέτασης και επικαιροποίησης των περιεχομένων των οδηγιών κατάρτισης, των εγχειριδίων και των τραπεζών θεμάτων, ώστε αυτά να βρίσκονται –κατά το δυνατόν– σε αντιστοιχία με τα νέα τεχνολογικά, οργανωσιακά, εργασιακά, περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα και τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και των εκπαιδευομένων.

2 | Εισαγωγή

Το παρόν εγχειρίδιο, εκκινώντας από την περιγραφή της ειδικότητας, εστιάζεται στο αναλυτικό περιεχόμενο και τις βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές ενός προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου». Στοχεύει στην ενημέρωση του συνόλου των συντελεστών του προγράμματος κατάρτισης, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των καθηκόντων και τις ιδιαιτερότητές της, καθώς και τους ισχύοντες θεσμικούς περιορισμούς στο πεδίο.

Απευθύνεται κυρίως στους/στις εκπαιδευομένους/-ες, αλλά και στους/στις εκπαιδευτές/-τριες των προγραμμάτων αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Επιπλέον, αποτελεί ένα χρήσιμο εγχειρίδιο για τα στελέχη σχεδιασμού, τους σχετικούς φορείς υλοποίησής τους –τις Σχολές Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης–, αλλά και για το σύνολο των υπόλοιπων δυνάμει συντελεστών ενός προγράμματος αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, ιδιαίτερα για όσους/-ες συμμετέχουν στην υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εγχειρίδιο αυτό αποτελεί μια συστηματική βάση, η οποία περιλαμβάνει βασικά στοιχεία για την κατανόηση του πεδίου της συγκεκριμένης ειδικότητας, αλλά κυρίως εστιάζεται στην ανάλυση των μαθησιακών ενοτήτων και των εκπαιδευτικών προδιαγραφών της θεωρητικής και της εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και στην υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, για το κάθε πρόγραμμα αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, το οποίο δύναται να υλοποιηθεί, είναι απαραίτητο να ληφθούν συστηματικά υπόψη τα εκπαιδευτικά περιεχόμενα όπως και οι μεθοδολογικές προδιαγραφές που περιλαμβάνονται.

Ειδικότερα, το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αποτελείται από τέσσερα (Α΄-Δ΄) Μέρη.

- **Το Μέρος Α΄ παρέχει συνοπτικά τις πληροφορίες που αφορούν την περιγραφή της ειδικότητας.**

Περιλαμβάνει την περιγραφή της ειδικότητας, των κύριων εργασιακών καθηκόντων της, των προοπτικών απασχόλησης σε αυτήν, ενώ γίνεται αναφορά σε βασικές πηγές πληροφόρησης σε σχέση με την ειδικότητα.

- **Το Μέρος Β΄ εστιάζεται στον καθορισμό των ευρύτερων, αλλά και των επιμέρους ενοτήτων προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων του προγράμματος κατάρτισης.**

Αναφέρεται στις δραστηριότητες που θα είναι σε θέση να επιτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες μετά το πέρας της συνολικής κατάρτισής τους στη συγκεκριμένη ειδικότητα.

- **Το Μέρος Γ΄ εστιάζεται στο περιεχόμενο και τη διάρθρωση του προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και σε βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές υλοποίησής του.**

Το Μέρος Γ΄ περιλαμβάνει το ωρολόγιο πρόγραμμα, καθώς και την περίληψη, τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα, τις ώρες διδασκαλίας ανά εβδομάδα, τις βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά, ένα κείμενο αναφοράς και τις προτεινόμενες πηγές μελέτης κάθε μαθησιακής ενότητας. Επιπλέον, αναφέρεται στην προτεινόμενη διδακτική μεθοδολογία, όπως και σε σημαντικές πληροφορίες που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

- **Το Μέρος Δ΄ εστιάζεται στην περιγραφή του περιεχομένου, των χαρακτηριστικών και των προδιαγραφών υλοποίησης της πρακτικής άσκησης.**

Περιλαμβάνεται η περιγραφή του θεσμού της πρακτικής άσκησης και παρέχονται χρήσιμες οδηγίες για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες και τους/τις εκπαιδευτές/-τριες στον χώρο εργασίας. Στα περιεχόμενα συγκαταλέγονται, επίσης, οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης, ενδεικτικές εργασίες, τις οποίες θα εκτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, καθώς και οι ειδικές προδιαγραφές υλοποίησης που αφορούν τον εξοπλισμό. Αναλύονται οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων, ενώ προτείνονται βασικές μεθοδολογικές αρχές για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο και η τράπεζα θεμάτων της ειδικότητας συνδέονται οργανικά με τον αντίστοιχο οδηγό κατάρτισης της ειδικότητας: Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης, Διά Βίου Μάθησης και Νεολαίας. (Σεπτέμβριος 2024). *Οδηγός Κατάρτισης. Ειδικότητα: Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου*¹.

Για τη συγγραφή της μεθοδολογίας ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων συνεργάστηκαν οι Ρένα Βαρβιτσιώτη, Ελένη Θεοδωρή, Κωνσταντίνος Μαρκίδης και Δέσποινα Μπαμπανέλου, η οποία ανέλαβε και τη συντακτική της επιμέλεια. Η μεθοδολογία αυτή εκπονήθηκε στο πλαίσιο της «Οριζόντιας Εκπαιδευτικής Μεθοδολογίας» της εν λόγω Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» και με βάση μια κατάλληλα προσαρμοσμένη εκδοχή του προτύπου ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ (Γούλας, Μαρκίδης & Μπαμπανέλου, 2021).

1 Αναγνωστόλος, Κ., Αθανασίου, Ε. & Καπαρελιώτης, Η. (2024). *Οδηγός Κατάρτισης ειδικότητας ΙΕΚ «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου»*. Αθήνα: Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης.

A

Περιγραφή ειδικότητας

1 | Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού

1.1 • Τίτλος ειδικότητας

«Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου»²

1.2 • Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)

Η ειδικότητα ανήκει στην ομάδα προσανατολισμού «Επιμέρους τομείς και επαγγέλματα».

2 Το παρόν εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αφορά την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» σύμφωνα με την απόφαση 63536/Κ5/2022, ΦΕΚ 2661/Β/30-5-2022 «Καθορισμός των ειδικοτήτων που παρέχονται από τα ΙΕΚ». <https://www.e-nomothesia.gr/kat-ekpaideuse/idiotike-ekpaideuse-phrontisteria/apophase-63536-k5-2022-phek-2661b-30-5-2022.html>

2 | Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας

2.1 • Ορισμός ειδικότητας

Το «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» συμβάλλει στην αιεφόρο ανάπτυξη της επιχείρησης σε διεθνές επίπεδο, μέσω της εμπορευματοποίησης αγαθών ή και υπηρεσιών στις ξένες αγορές. Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, το στέλεχος διεθνούς εμπορίου καλείται να συνεισφέρει στον εντοπισμό των αναγκών, των ευκαιριών και των περιορισμών του εξωτερικού περιβάλλοντος, να αναλύσει και να αξιολογήσει τα δεδομένα και τις τάσεις, δίνοντας στην επιχείρηση τη δυνατότητα να αντιδρά άμεσα στις εξελίξεις του εξωτερικού περιβάλλοντος. Συμμετέχει στην εφαρμογή των στρατηγικών επιλογών σε πολυπολιτισμικό πλαίσιο και χρησιμοποιεί ψηφιακές τεχνολογίες για τον συντονισμό των διεθνών εργασιών των διαφόρων λειτουργιών της επιχείρησης ή και των εξωτερικών εταίρων.

2.2 • Αρμοδιότητες/Καθήκοντα

Το «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» ασκεί (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) τις παρακάτω αρμοδιότητες/καθήκοντα:

- Διερευνά τις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης και των πελατών,
- Ερευνά με στόχο την επεξεργασία προσαρμοσμένων προσφορών, συμβάλλοντας στη διενέργεια εξαγωγικών πωλήσεων και διασφαλίζοντας την παρακολούθησή τους,
- Μελετά και παρακολουθεί τον διεθνή εμπορικό χώρο, συγκεντρώνοντας πληροφορίες που αφορούν τις αγορές του εξωτερικού για την προετοιμασία της λήψης αποφάσεων,
- Συμμετέχει στον συντονισμό των υπηρεσιών υποστήριξης εξαγωγών, διασφαλίζοντας την τεκμηριωμένη παρακολούθηση και τον έλεγχο της ποιότητας και χρησιμοποιώντας πρακτικές σύμφωνες με τη νομοθεσία και τους κανόνες ηθικής,
- Υποστηρίζει τις διαδικασίες εισαγωγών, τηρώντας την κείμενη νομοθεσία και εφαρμόζοντας τις βέλτιστες τεχνικές,
- Επεξεργάζεται βάσεις δεδομένων πιθανών προμηθευτών και συμμετέχει στη διαδικασία διαπραγμάτευσης και παρακολούθησης των αγορών,
- Υποστηρίζει την εύρυθμη λειτουργία της εξυπηρέτησης πελατών και προμηθευτών,
- Λαμβάνει υπόψη εσωτερικές και εξωτερικές μεταβλητές και παρέχει τη βέλτιστη υποστήριξη σε όλες τις δραστηριότητες της εφοδιαστικής αλυσίδας (εισαγωγές, εξαγωγές, διαμετακομιστικό εμπόριο),
- Διεκπεραιώνει τις εργασίες διανομής και αποθήκευσης των αγαθών, διασφαλίζοντας την ποιότητα και ελέγχοντας το κόστος μεταφοράς,

- Διαχειρίζεται και υποστηρίζει σχέσεις σε διαπολιτισμικό περιβάλλον μέσω της χρήσης των τεχνολογιών της πληροφορίας,
- Συμβάλλει στον σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων και στην επίτευξη οικονομικών στόχων, μέσω της ανάπτυξης του δυνητικού και της διατήρησης του υπάρχοντος πελατολογίου,
- Συμμετέχει στον σχεδιασμό και στην εφαρμογή ψηφιακών τεχνικών προώθησης,
- Συμμετέχει στις ενέργειες δικτύωσης και προβολής της επιχείρησης,
- Επικοινωνεί με κρατικούς φορείς, επιμελητήρια και εξωτερικούς συνεργάτες,
- Αναζητά και αξιολογεί δυνητικούς στρατηγικούς εταίρους σε όλο το φάσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων,
- Χρησιμοποιεί εμπορικά συστήματα πληροφόρησης,
- Ερευνά και αναλύει χρηματοοικονομικά δεδομένα,
- Συναλλάσσεται με χρηματοπιστωτικά ιδρύματα,
- Συντάσσει οικονομικές αναφορές,
- Διεκπεραιώνει ψηφιακές συναλλαγές,
- Συμμετέχει στην αξιολόγηση του ανταγωνισμού.

2.3 • Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα

Με την αλματώδη τεχνολογική ανάπτυξη, που συμβάλλει συνεχώς στη διεύρυνση του ανταγωνισμού, οι επιχειρήσεις βρίσκονται μονίμως αντιμέτωπες με νέες προκλήσεις και προοπτικές στις διεθνείς εμπορικές σχέσεις. Για τον λόγο αυτόν, η ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο διεθνές επιχειρείν. Η ειδικότητα αντιστοιχεί σε θέση απασχόλησης με εξαιρετικά υψηλή ζήτηση στο σύγχρονο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον, η οποία εντάσσεται σε έναν διαρκώς εξελισσόμενο και πρωταγωνιστικό κλάδο της παγκόσμιας οικονομίας.

Ο/Η κάτοχος διπλώματος της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» μπορεί να εργαστεί σε:

- Εταιρείες εισαγωγών,
- Εταιρείες εξαγωγών,
- Εταιρείες μεταφορών,
- Εταιρείες χονδρικού και λιανικού εμπορίου,
- Εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου,
- Εταιρείες παροχής υπηρεσιών (διαμετακομίσεις, τραπεζικές εργασίες, ασφάλειες, υπεργολαβίες, προώθηση και διαφήμιση κ.λπ.),
- Εταιρείες παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και υποστήριξης (εμπορικά και βιομηχανικά επιμελητήρια, τοπικοί οργανισμοί),
- Εταιρείες παροχής υπηρεσιών εκπροσώπησης στο εξωτερικό,

- Νεοφυείς επιχειρήσεις,
- Βιομηχανικές εταιρείες.

2.4 • Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης

- Υπουργείο Εξωτερικών – Πύλη Οικονομικής Διπλωματίας:
<https://www.agora.mfa.gr/>
- Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων (ΑΑΔΕ) – Ηλεκτρονικές Συναλλαγές e-Customs:
<https://www.aade.gr/teloneia/ilektronikes-synallages-e-customs>
- Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου ΑΕ (Enterprise Greece):
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/>
- Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ):
<https://www.hba.gr/>
- Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος (ΚΕΕΕ):
<https://www.uhc.gr/>
- Τράπεζα της Ελλάδος:
<https://www.bankofgreece.gr/>
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ):
<https://www.iobe.gr/>
- Κοινωνία της Πληροφορίας ΜΑΕ (ΚτΠ ΜΑΕ):
<https://www.ktpae.gr/>
- Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (ΕΛΟΤ):
<https://www.elot.gr/>
- Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων (ΠΣΕ):
<https://www.pse.gr/>
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδος (ΣΒΕ):
<https://sbe.org.gr/>
- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ):
<https://www.sev.org.gr/>
- Σύνδεσμος Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ):
<https://www.seve.gr/>
- Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων (ΑΑΔΕ) – Τελωνεία:
<https://www.aade.gr/customs>
- Παγκόσμια Τράπεζα:
<https://www.worldbank.org/>
- Eurobank Exportgate:
<https://www.exportgate.gr/>

- Alpha International Trade:
<https://www.alphainternationaltrade.gr/gr>
- Ελληνοαμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο:
<https://www.amcham.gr/>
- Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ):
<https://www.acci.gr/>
- Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΕΑ):
<https://www.eea.gr/>
- Ελληνοβρετανικό Εμπορικό Επιμελητήριο (ΒΗCC):
<https://www.bhcc.gr/>
- Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας (ΟΕΕ):
<https://www.oe-e.gr/>
- Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο:
<https://griechenland.ahk.de/gr/>
- Γερμανοελληνικός Επιχειρηματικός Σύνδεσμος (DHW):
<https://www.dhww.de/>
- Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδος (ΝΕΕ):
<https://www.nee.gr/>
- Ελληνοσουηδικό Εμπορικό Επιμελητήριο:
<https://www.hellenic-swedishcc.gr/>
- Ελληνοϊταλικό Επιμελητήριο Αθήνας:
<https://www.italia.gr/>
- Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΕΒΕΘ):
<https://www.ebeth.gr/>
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ):
<https://www.sete.gr/>
- Εθνικό Δίκτυο Υποδομών Τεχνολογίας και Έρευνας ΑΕ (ΕΔΥΤΕ ΑΕ – GRNET):
<https://grnet.gr/>
- Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΚΕΤΑ):
<https://www.certh.gr/>
- Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου (ΕΚΤ):
<https://www.ekt.gr/>
- Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (ΕΙΕ):
<https://www.eie.gr/>
- Elevate Greece – Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων:
<https://elevategreece.gov.gr/el/>
- Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ):
<https://elam.gr/>
- ESCO – Import Export Manager:
<https://data.europa.eu/esco/occupation/b87a7a27-ee74-4e5e-b274-84a3cab27bf4>

- ESCO – Import Export Specialist:
<https://data.europa.eu/esco/occupation/61b859ed-24d8-48cf-9c1b-67d7a6c62bb5>
- ESCO – Trade Development Officer:
<https://data.europa.eu/esco/occupation/c418ed9a-132f-48cd-ae5c-dd375070ee0e>

B

Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

1 | Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας είναι να προετοιμάσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στην ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

2 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης

Οι γνώσεις, οι δεξιότητες και οι ικανότητες που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατά τη διάρκεια της κατάρτισής τους οργανώνονται σε ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα ανά ενότητα.

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
Α. «Διαχείριση εργαλείων διεθνούς μάρκετινγκ»	• Εποπτεύουν τον εμπορικό χώρο, συλλέγοντας πληροφορίες από το εξωτερικό και διασφαλίζοντας την αξιοπιστία και την καταλληλότητά τους, • Αναλύουν εμπορικές πληροφορίες, εντοπίζοντας πιθανούς νομοθετικούς περιορισμούς στις ξένες αγορές, • Καταρτίζουν τη συγγραφή υποχρεώσεων για την ανάθεση μελετών σε υπεργολαβία, διασφαλίζοντας την παρακολούθηση της εφαρμογής τους, • Διατυπώνουν συστάσεις για τον καθορισμό ενός λειτουργικού σχεδίου δράσης συμφώνου με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης και με τα συμπεράσματα της διαγνωστικής ανάλυσης της ξένης αγοράς, • Εντοπίζουν τις δυνατότητες και τις απειλές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, • Χρησιμοποιούν κατάλληλες τεχνικές για τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης, • Οργανώνουν τη διαδικασία συλλογής και επεξεργασίας των πληροφοριών, • Ενημερώνουν τη βάση δεδομένων εμπορικών επαφών της επιχείρησης, • Ενημερώνουν τακτικά το σύστημα εμπορικής πληροφόρησης.

συνέχεια >>

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
Β. «Εφαρμογή διεθνών οικονομικών και νομικών αρχών»	• Ερμηνεύουν την οικονομική ορολογία, • Επεξηγούν οικονομικές έννοιες βάσει των καθιερωμένων θεωριών, • Χρησιμοποιούν κατάλληλα οικονομικά στοιχεία (κείμενα, διαγράμματα, πίνακες), • Κατανοούν τις λειτουργίες της οικονομίας και να αντιλαμβάνονται τη σημασία της χρηματοδότησης, • Ερμηνεύουν τις διεθνείς οικονομικές σχέσεις μεταξύ κρατών και επιχειρήσεων, • Αναλύουν την οικονομική κατάσταση ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος, • Αναγνωρίζουν τις νομικές αρχές που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα, • Συσχετίζουν την αλληλεξάρτηση μεταξύ του δικαίου και της οικονομίας.
Γ. «Διαχείριση εξαγωγικών ενεργειών»	• Καθορίζουν στόχους ως προς τους πελάτες με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των ξένων αγορών, • Αξιολογούν τις αντικειμενικές επιχειρηματικές δυνατότητες των υφιστάμενων πελατών, • Οργανώνουν τις μεθόδους προσέλκυσης νέων πελατών, • Δημιουργούν ένα επαρκές και εύκολα διαχειρίσιμο πολυπολιτισμικό δίκτυο επαφών, • Συντάσσουν προσαρμοσμένη προσφορά, • Προετοιμάζουν και να οργανώνουν πρόταση αξίας, • Αξιοποιούν τις δυνατότητες των λογισμικών διαχείρισης πελατειακών σχέσεων, • Αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της διαπροσωπικής επικοινωνίας (λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία, συνάφεια, ανατροφοδότηση, συμπεριφορές διαμεσολαβητών), • Αναλύουν και να προσδιορίζουν την αξία ενός δυνητικού εταίρου.

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
Δ. «Διαχείριση εισαγωγικών ενεργειών»	• Προσδιορίζουν και να επιλέγουν πιθανούς προμηθευτές, • Προετοιμάζουν ένα πλάνο εργασίας και έναν κατάλογο προτεραιοτήτων για τις ανάγκες προμήθειας, • Υποστηρίζουν την τήρηση των προδιαγραφών και των προτύπων ποιότητας, • Αξιολογούν πιθανούς προμηθευτές, • Αναγνωρίζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προμηθευτών, • Χρησιμοποιούν εργαλεία και μεθόδους αξιολόγησης των προσφορών και των προμηθευτών, • Συμμετέχουν στη διαδικασία οριοθέτησης του προϋπολογισμού προμηθειών, • Επιλέγουν προϊόντα και υπηρεσίες προς εισαγωγή.
Ε. «Διεύθυνση και διαχείριση εργασιών διεθνούς εμπορίου»	• Αναζητούν κατάλληλους παρόχους υπηρεσιών για εργασίες διεθνούς εμπορίου (ασφάλειες, διοικητική μέριμνα, χρηματοδοτήσεις), • Διαπραγματεύονται με πιθανούς παρόχους υπηρεσιών, • Παρέχουν τα στοιχεία στα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης, προκειμένου να καταρτιστούν οι συμβάσεις εταιρικών σχέσεων, • Προσδιορίζουν τις αρμοδιότητες της διεύθυνσης πωλήσεων και αγορών και να διασφαλίζουν την ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών στο διεθνές περιβάλλον, • Εφαρμόζουν αποτελεσματικά τους κανόνες Incoterms®, • Διακρίνουν τις ανάγκες χρηματοδότησης και τους κινδύνους που αφορούν διεθνείς εργασίες, • Υποστηρίζουν τις διαδικασίες εκτελωνισμού, • Οργανώνουν τις υπηρεσίες υποστήριξης στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, • Διαχειρίζονται διεθνείς συναντήσεις διά ζώσης και εξ αποστάσεως, αξιοποιώντας τον ενδεδειγμένο υλικοτεχνικό εξοπλισμό, • Υποστηρίζουν τη λήψη αποφάσεων όσον αφορά τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων και τις τεχνικές πληρωμής.



Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

1 | Ωρολόγιο πρόγραμμα

Παρατίθεται το ωρολόγιο πρόγραμμα της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου», με παρουσίαση των εβδομαδιαίων ωρών θεωρίας (Θ), εργαστηρίων (Ε), καθώς και του συνόλου τους (Σ) ανά μαθησιακή ενότητα και ανά εξάμηνο:

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
A/A	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ	3		3	3		3						
2	ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ		2	2		2	2						
3	ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	3		3	3		3						
4	ΔΙΕΘΝΗ ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ	2		2	2		2						
5	ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	3		3	3		3						
6	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ Ι	2		2									
7	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ Ι	2		2									
8	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ ΙΙ				2		2						
9	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ ΙΙ				2		2						
10	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ		3	3		3	3						
11	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ							2	2	4			
12	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ							2		2			
13	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ							3		3			
14	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ							2	2	4			
15	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ							1	2	3			
16	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ							2		2			
17	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΓΑΛΛΙΚΑ							2		2			

συνέχεια >>

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
18	ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ										2		2
19	ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ										2	2	4
20	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ										2	2	4
21	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ										2		2
22	ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ										2		2
23	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ											2	2
24	ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ										2		2
25	ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΓΑΛΛΙΚΑ										2		2
ΣΥΝΟΛΟ		15	5	20	15	5	20	14	6	20	14	6	20

2 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

2.1 • ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

2.1.Α • ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Εμπορική μελέτη και προσέγγιση των ξένων αγορών» έχει ως στόχο την επόπτευση του εμπορικού χώρου μέσω της εισαγωγής στις αρχές του μάρκετινγκ και της ανάλυσης των εννοιών της αγοράς, του προϊόντος, της υπηρεσίας, της τιμής και της διανομής. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην ανάλυση και την επιλογή εμπορικών πληροφοριών, καθώς και στον προσδιορισμό των περιορισμών των ξένων αγορών. Επιπρόσθετα, καθορίζεται ένα λειτουργικό σχέδιο δράσης σύμφωνα με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης, με βάση τα συμπεράσματα της διαγνωστικής ανάλυσης της ξένης αγοράς ως προς την προσφορά και τη ζήτηση. Στη μαθησιακή ενότητα «Εμπορική μελέτη και προσέγγιση των ξένων αγορών» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διατυπώνουν συστάσεις για τον καθορισμό ενός λειτουργικού σχεδίου δράσης σύμφωνα με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης και με τα συμπεράσματα της διαγνωστικής ανάλυσης της ξένης αγοράς,
- Εντοπίζουν τις δυνατότητες και τις απειλές που εμφανίζονται στο επιχειρηματικό περιβάλλον,
- Αναδεικνύουν τον σημαντικό ρόλο του στρατηγικού και του επιχειρησιακού μάρκετινγκ,
- Αναγνωρίζουν τις συνιστώσες μιας αγοράς ως προς τη ζήτηση και την προσφορά,
- Προσδιορίζουν τις συνιστώσες που διασφαλίζουν τη συνοχή ενός σχεδίου μείγματος μάρκετινγκ (marketing mix).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Στρατηγική εισόδου / Επιχειρησιακός σχεδιασμός / Διεθνείς αγορές / Ζήτηση και προσφορά / Εμπορική πληροφόρηση / Μείγμα μάρκετινγκ / Ανάλυση SWOT / Ανάλυση ανταγωνισμού / Σχέδιο δράσης / Αξιολόγηση κινδύνων / Επιλογή αγοράς-στόχου.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ: ΖΗΤΗΣΗ, ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
3	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
4	ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ MARKETING
5	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
6	ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.A.1 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για τον σχεδιασμό στρατηγικών και επιχειρησιακών δράσεων σε διεθνές εμπορικό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν επιχειρησιακούς στόχους χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία SMART (Specific-Συγκεκριμένος, Measurable-Μετρήσιμος, Achievable-Επιτεύξιμος, Relevant-Σχετικός, Time-bound-Χρονικά καθορισμένος). Περιγράφουν τη διαφορά ανάμεσα στη μακροπρόθεσμη στρατηγική προσέγγιση και στον βραχυπρόθεσμο επιχειρησιακό σχεδιασμό, ενώ προσδιορίζουν τη σύνδεση των στόχων με την αποστολή, το όραμα και τις αξίες της επιχείρησης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εφαρμόζουν τη μέθοδο PESTEL, αναλύοντας τους παράγοντες Political-Πολιτικοί, Economic-Οικονομικοί, Social-Κοινωνικοί, Technological-Τεχνολογικοί, Environmental-Περιβαλλοντικοί, Legal-Νομικοί στο εξωτερικό περιβάλλον κάθε χώρας δραστηριοποίησης. Επίσης, αξιολογούν την ένταση του ανταγωνισμού με το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter και οργανώνουν τα δεδομένα με εργαλείο την ανάλυση SWOT (Strengths-Δυνατά Σημεία, Weaknesses-Αδυναμίες, Opportunities-Ευκαιρίες, Threats-Απειλές). Περιγράφουν παραδείγματα επιτυχημένων στρατηγικών διεθνούς ανάπτυξης και συγκρίνουν διαφορετικές μορφές εμπορικής διεξόδου. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη χρήση αναλυτικών εργαλείων στρατηγικού σχεδιασμού και στην ικανότητα σύνδεσης εξωτερικών παραμέτρων με τις προτεραιότητες της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τρόπους ευθυγράμμισης των στόχων με την επιχειρησιακή στρατηγική. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να αναλύσουν μια περίπτωση περίπτωσης κατά την οποία μια ελληνική επιχείρηση κατάφερε να επεκταθεί στη διεθνή αγορά. Μέσα από τις πληροφορίες που δίνονται, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν το στρατηγικό πλάνο και εντοπίζουν τα σενάρια διεξόδου.

2.1.Α.2 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ: ΖΗΤΗΣΗ, ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την ανάλυση των δεδομένων που χαρακτηρίζουν μια ξένη αγορά, με έμφαση στη ζήτηση, την προσφορά και την εμπορική πληροφόρηση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν πηγές εμπορικών πληροφοριών, όπως επιμελητήρια, στατιστικές υπηρεσίες, διεθνείς βάσεις δεδομένων και εκθέσεις αγοράς. Προσδιορίζουν ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία και οργανώνουν πληροφορίες σχετικές με τις τάσεις, τον ανταγωνισμό και το προφίλ των καταναλωτών. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύεται η ζήτηση ως η αγοραστική πρόθεση που εκφράζεται για ένα προϊόν ή υπηρεσία, με επιρροές όπως το εισόδημα, οι προτιμήσεις και η τιμολογιακή πολιτική. Η προσφορά ερμηνεύεται ως η διαθεσιμότητα προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά, με επιρροές όπως οι παραγωγικές δυνατότητες, οι πρώτες ύλες και το κόστος διανομής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν μεταξύ κορεσμένων, ώριμων και αναδυόμενων αγορών και περιγράφουν τις βασικές εμπορικές μεταβλητές που σχετίζονται με κάθε κατηγορία. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σύνδεση των εμπορικών πληροφοριών με τις στρατηγικές αποφάσεις της επιχείρησης και ενισχύει την ικανότητα ανάλυσης δεδομένων που υποστηρίζουν την επιλογή αγοράς-στόχου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τη σημασία της εγκυρότητας και της διασταύρωσης των πληροφοριών. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να αξιοποιήσουν επίσημες πηγές (όπως Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ITC Trade Map) για την ανάλυση της ζήτησης και της προσφοράς ενός συγκεκριμένου προϊόντος σε επιλεγμένη χώρα. Η άσκηση καταλήγει στη σύνταξη σύντομου εμπορικού δελτίου που περιλαμβάνει βασικά ευρήματα και προτάσεις στρατηγικής αξιοποίησης της αγοράς.

2.1.Α.3 | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στον καθορισμό ενός λειτουργικού σχεδίου δράσης για την είσοδο ενός προϊόντος ή υπηρεσίας σε νέα ξένη αγορά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν βήμα βήμα τη διαδικασία σχεδιασμού και εφαρμόζουν εργαλεία για τη διαμόρφωση ρεαλιστικών και υλοποιήσιμων ενεργειών, ευθυγραμμισμένων με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης. Προσδιορίζουν τη δομή ενός σχεδίου δράσης και συντάσσουν ενότητες που αφορούν τους στόχους, το χρονοδιάγραμμα, τους ανθρώπινους και υλικούς πόρους, τους δείκτες απόδοσης και τις προβλέψεις κόστους. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εφαρμόζουν το μοντέλο λογικής αλληλουχίας ενεργειών και καθορίζουν τον τρόπο εισόδου, όπως η οργανική ανάπτυξη, η εξαγωγή, η εύρεση αντιπροσώπου και τοπικού διανομέα. Περιγράφεται η σύνδεση του λειτουργικού σχεδίου με τα δεδομένα της αγοράς, τις ανάγκες του καταναλωτή και τους περιορισμούς που εντοπίζονται κατά την εμπορική ανάλυση. Παράλληλα, αναγνωρίζουν τον ρόλο της τοπικής

κουλτούρας και των νομοθετικών πλαισίων στη διαμόρφωση του σχεδίου. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στην οργάνωση και την προτεραιοποίηση των δράσεων και στην ευθυγράμμιση της στρατηγικής με την πράξη. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τρόπους αξιολόγησης της προόδου, εντοπίζουν πιθανά εμπόδια και προτείνουν διορθωτικές κινήσεις. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να σχεδιάσουν ένα λειτουργικό σχέδιο δράσης για την είσοδο ενός ελληνικού προϊόντος ή μιας ελληνικής υπηρεσίας σε συγκεκριμένη ξένη αγορά, αξιοποιώντας τα δεδομένα που συνέλεξαν προηγουμένως κατά την εμπορική ανάλυση. Η εργασία τους παρουσιάζεται σε μορφή συνοπτικού πίνακα ενεργειών με χρονοδιάγραμμα και δείκτες ελέγχου.

2.1.A.4 | ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ MARKETING

Η παρούσα μαθησιακή υποεπάρκεια προσφέρει μια ανάλυση των τεσσάρων βασικών συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ (Product-προϊόν, Price-τιμή, Place-διανομή, Promotion-προώθηση), τα οποία αποτελούν τον πυρήνα της εμπορικής στρατηγικής για τη διείσδυση σε ξένες αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τις βασικές επιλογές για την τοποθέτηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας στην αγορά, οργανώνουν πληροφορίες για το προφίλ του/της καταναλωτή/-τριας και συγκρίνουν διαφορετικές εκδοχές του μείγματος μάρκετινγκ ανάλογα με τη χώρα-στόχο. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, αναλύονται οι προσαρμογές που απαιτούνται ανά συστατικό. Στο Product (προϊόν), οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν πώς τοποθετείται το προϊόν ή η υπηρεσία ανάλογα με τις τοπικές ανάγκες, τον κύκλο ζωής του και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του. Στο Price (τιμή), ερμηνεύουν τα κριτήρια διαμόρφωσης τιμής με βάση το κόστος, τον ανταγωνισμό και την αγοραστική δύναμη. Στο Place (διανομή), εξετάζουν τα δίκτυα διανομής, τις εναλλακτικές λύσεις εφοδιαστικής και τις συνεργασίες με τοπικούς εταίρους. Στο Promotion (προώθηση), περιγράφουν μεθόδους επικοινωνίας που λαμβάνουν υπόψη γλωσσικά, πολιτισμικά και τεχνολογικά χαρακτηριστικά της αγοράς. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στην προσαρμογή κάθε συστατικού του μείγματος μάρκετινγκ στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ξένης αγοράς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν πότε απαιτείται τοπική προσαρμογή και πότε μπορεί να διατηρηθεί μια ενιαία στρατηγική. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να επιλέξουν ένα υπαρκτό προϊόν ή υπηρεσία και να ανασχεδιάσουν το μείγμα μάρκετινγκ του προϊόντος ή της υπηρεσίας για μια διαφορετική χώρα, λαμβάνοντας υπόψη εμπορικά δεδομένα, πολιτισμικές παραμέτρους και δυνατότητες τοποθέτησης στην αγορά.

2.1.A.5 | ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπάρκεια επικεντρώνεται στην αξιολόγηση των ευκαιριών και των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν κατά τη διείσδυση ενός προϊόντος

ή υπηρεσίας σε ξένη αγορά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν παραδείγματα αγορών που προσφέρουν δυνατότητες ανάπτυξης λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης, της καταναλωτικής ζήτησης ή της γεωγραφικής θέσης και προσδιορίζουν εμπορικά σενάρια με βάση την πιθανότητα επιτυχίας. Παράλληλα, οργανώνουν πληροφορίες για απειλές που αφορούν ρυθμιστικά εμπόδια, διακυμάνσεις νομισμάτων, ύπαρξη δασμών, ανταγωνισμό, πολιτικά ή πολιτισμικά εμπόδια. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπενδύτητας, εξετάζονται πραγματικά δεδομένα που αφορούν οικονομικά μεγέθη, δημογραφικά χαρακτηριστικά, σταθερότητα των θεσμών και ευκολία σύναψης συνεργασιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν διαφορετικές αγορές ως προς τον βαθμό κινδύνου και την αναμενόμενη απόδοση της επένδυσης. Εντοπίζουν πότε μια αγορά ενδείκνυται για άμεση είσοδο και πότε απαιτείται στάση αναμονής ή στρατηγική υποστήριξης μέσω συνεργασιών. Η μαθησιακή υποεπενδύτητα εστιάζεται στη δημιουργία ενός κριτικού πλαισίου σκέψης για την επιλογή ή την απόρριψη μιας ξένης αγοράς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνοψίζουν τα οφέλη και τα πιθανά κόστη μιας διεθνούς επέκτασης και διατυπώνουν επιχειρήματα για την τελική απόφαση. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να συγκρίνουν δύο συγκεκριμένες χώρες ως προς τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που παρουσιάζουν για εξαγωγή ελληνικού προϊόντος ή υπηρεσίας. Η εργασία τους ολοκληρώνεται με παρουσίαση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και κινδύνων κάθε αγοράς.

2.1.A.6 | ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπενδύτητα προσφέρει μια ανάλυση των παραγόντων που οδηγούν στη διατύπωση συστάσεων και στη λήψη αποφάσεων για τη στρατηγική εισόδου ενός προϊόντος ή υπηρεσίας σε νέες αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν τις εμπορικές πληροφορίες που έχουν συγκεντρώσει από προηγούμενα στάδια ανάλυσης και προσδιορίζουν τους δείκτες που καθοδηγούν την τελική πρόταση, όπως η δυναμική της ζήτησης, τα εμπορικά εμπόδια, ο ανταγωνισμός, το κόστος εισόδου και το ύψος της επένδυσης. Περιγράφουν διαφορετικά μοντέλα στρατηγικής εισόδου (εξαγωγή, στρατηγικές συμμαχίες, άμεσες επενδύσεις) και συγκρίνουν τα πλεονεκτήματα και τους κινδύνους κάθε επιλογής. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπενδύτητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν τεκμηριωμένες συστάσεις με βάση τα εμπορικά δεδομένα, τη στρατηγική της επιχείρησης και την αγορά-στόχο. Αξιολογούν το κατά πόσο η αγορά ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές του προϊόντος ή της υπηρεσίας και ερμηνεύουν τη σημασία της χρονικής στιγμής, της γεωπολιτικής σταθερότητας και των συνεργειών με τοπικούς φορείς ή διανομείς. Συσχετίζουν τα συμπεράσματά τους με το συνολικό επιχειρησιακό σχέδιο. Η μαθησιακή υποεπενδύτητα εστιάζεται στην ικανότητα λήψης αποφάσεων με στρατηγικά κριτήρια. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν πώς υποστηρίζουν τη λογική της πρότασής τους και προτείνουν εναλλακτικά σενάρια σε περίπτωση μη ευνοϊκών συνθηκών. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να συντάξουν, σε ομάδες, μια έκθεση στρατηγικής εισόδου

σε ξένη αγορά για συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, καταλήγοντας σε τελική απόφαση και παρουσιάζοντας τουλάχιστον δύο εναλλακτικές διαδρομές διείσδυσης.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Θανόπουλος, Ν. Γ. (2013). *Διεθνής επιχείρηση: Περιβάλλον, δομή και προκλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
2. Πανηγυράκης, Γ. Γ. (2013). *Διεθνές μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Συμπληρωματικές

1. Griffin, R. W. & Pustay, M. W. (2018). *Διεθνείς επιχειρήσεις & επιχειρηματικότητα* (8η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Κοττώρης, Σ. (2013). *Δημιουργώ τη δική μου επιχείρηση*. Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 1 Απριλίου 2025 από: <https://www.openbook.gr/dimiourgw-ti-diki-mou-epixeirisi/>

2.1.B • ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Σύστημα εμπορικής πληροφόρησης» έχει ως στόχο τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της εισαγωγής κατάλληλων τεχνικών για την οργάνωση και την αξιολόγηση της διαδικασίας συλλογής και επεξεργασίας πληροφοριών. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στη χρήση και την ενημέρωση βάσεων δεδομένων εμπορικών επαφών, στον εμπλουτισμό συστημάτων εμπορικής πληροφόρησης και στη μεθοδική εποπτεία με τη βοήθεια εργαλείων πληροφορικής. Στη μαθησιακή ενότητα «Σύστημα εμπορικής πληροφόρησης» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Χρησιμοποιούν κατάλληλες τεχνικές για τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης,
- Οργανώνουν και να αξιολογούν τη διαδικασία συλλογής και επεξεργασίας των πληροφοριών,
- Χρησιμοποιούν και να ενημερώνουν μια βάση δεδομένων εμπορικών επαφών,

- Ενημερώνουν τακτικά και να εμπλουτίζουν το σύστημα εμπορικής πληροφόρησης,
- Εποπτεύουν μεθοδικά τους λογαριασμούς πελατών (accounts) με τη βοήθεια εργαλείων πληροφορικής.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Σύστημα πληροφοριών / Αρχιτεκτονική πληροφοριακών συστημάτων / Διαμοιρασμός πληροφορίας / Εμπορικές επαφές / Εμπορική πληροφόρηση / Υπολογιστικά φύλλα / Διαχείριση δεδομένων / Παρουσιάσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ
2	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
3	ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ
4	ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ (EXCEL)
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (ACCESS)
6	ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΩΝ (POWERPOINT)

Κείμενο αναφοράς

2.1.B.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα «Εισαγωγή στην πληροφορική» εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες της πληροφορικής και της χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις βασικές αρχές και διαδικασίες που διέπουν τους υπολογιστές και τα συστήματα πληροφορικής. Παρουσιάζονται τα βασικά εξαρτήματα ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή και, ειδικότερα, ο επεξεργαστής, η μνήμη RAM, ο σκληρός δίσκος και οι περιφερειακές συσκευές του. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή και εξοικειώνονται με τα διαφορετικά λειτουργικά συστήματα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες τους. Παρουσιάζονται και αναλύονται οι βασικές λειτουργίες των Windows και μιας έκδοσης του Linux, τα οποία αποτελούν δύο από τα πιο διαδεδομένα λειτουργικά συστήματα. Στη συνέχεια, περιγράφεται η διαχείριση φακέλων και αρχείων σε ένα λειτουργικό σύστημα. Παρουσιάζονται οι βασικές επιλογές δημιουργίας φακέλων και η χρήση τους μέσα από το λειτουργικό σύστημα, ενώ οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τους διαφορετικούς τύπους αρχείων, αναλύουν τις επιλογές των παραθύρων διαχείρισης και τις λειτουργίες αντιγραφής, αποκοπής, μετονομασίας και δημιουργίας αρχείων.

Αναφέρονται οι βασικές αρχές διαχείρισης ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή στο πλαίσιο λειτουργίας του γραφείου μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου, όπως η προσθήκη ενός/μίας χρήστη/-τριας ή μιας συσκευής. Αρχικά, κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν αρχεία και φακέλους.

2.1.B.2 | ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες με τη διαχείριση των εταιρικών δεδομένων μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Διαχωρίζεται η έννοια των δεδομένων από την έννοια της πληροφορίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τη διαδικασία παραγωγής πληροφοριών από την επεξεργασία δεδομένων και προσδιορίζουν τις διαδικασίες διαχείρισης των δεδομένων. Η ανωτέρω γνώση είναι ιδιαίτερα σημαντική, δεδομένου ότι οι μεγάλες ποσότητες δεδομένων μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου επιβάλλουν την εύρεση αποτελεσματικών μεθόδων αποθήκευσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται ότι τα δεδομένα πρέπει να οργανωθούν με τρόπο ώστε να διευκολύνεται η αναζήτηση και η ενημέρωσή τους. Στη συνέχεια, περιγράφονται τα βασικά μέρη ενός συστήματος βάσης δεδομένων και ταυτόχρονα προσδιορίζονται οι διαδικασίες διαχείρισης των δεδομένων. Επιπλέον, αναλύονται τα πλεονεκτήματα της οργάνωσης δεδομένων σε βάσεις δεδομένων αντί για αρχεία, καθώς και τα βασικά μειονεκτήματα της αποθήκευσης και της διαχείρισης των δεδομένων απευθείας σε αρχεία του λειτουργικού συστήματος. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ευαισθητοποιούνται ως προς τη σπουδαιότητα που έχει η διαχείριση των δεδομένων για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς και ταυτόχρονα αντιλαμβάνονται τη σημασία της διαχείρισης των προσωπικών και ευαίσθητων δεδομένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, δημιουργούν λογαριασμούς πελατών στους οποίους καταχωρίζονται ονόματα πελατών, διευθύνσεις, τηλέφωνα, αριθμοί τραπεζικών λογαριασμών, υπόλοιπα λογαριασμών, παραγγελίες, προϊόντα και, γενικά, οτιδήποτε σχετίζεται με τη λειτουργία μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου.

2.1.B.3 | ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα «Διαμοιρασμός πληροφοριών» γίνεται αναφορά σε διάφορες τεχνολογίες και υπηρεσίες που μπορούν να βοηθήσουν τους/τις εκπαιδευομένους/-ες που θα απασχοληθούν ως στελέχη διεθνούς εμπορίου. Αρχικά, παρουσιάζονται οι διαδικτυακές υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται με στόχο τον διαμοιρασμό πληροφοριών και τη συνεργασία. Αναλύεται το Dropbox, μια υπηρεσία που επιτρέπει την αποθήκευση, τον συγχρονισμό και την κοινή χρήση αρχείων μεταξύ διαφορετικών συσκευών τις οποίες ο/η χρήστης/-τρια επιλέγει να συνδέσει στον λογα-

ριασμό του/της. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η εφαρμογή WeTransfer, η οποία διευκολύνει τη μεταφορά αρχείων, την κοινή χρήση εγγράφων και αρχείων PDF, καθώς και τη μεταφόρτωση φωτογραφιών και βίντεο. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται αποθετήρια εικόνων, όπως το Unsplash, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να είναι ικανοί/-ές να τα αξιοποιήσουν σε εργασίες της επιχείρησής τους. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στο Portable Document Format (PDF), το οποίο είναι μια ευέλικτη μορφή αρχείου που παρέχει έναν τρόπο ανταλλαγής εγγράφων ανεξάρτητα από το λογισμικό που χρησιμοποιεί όποιος/-α προβάλλει το έγγραφο. Επιπλέον, παρουσιάζονται η Ενιαία Ψηφιακή Πύλη της Δημόσιας Διοίκησης, gov.gr, οι διαδικτυακές υπηρεσίες της και ο ψηφιακός βοηθός mAlgon, ο οποίος βασίζεται σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης και επιτρέπει στους πολίτες να συνομιλούν γραπτά ή φωνητικά. Αρχικά, κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με τις ανωτέρω εφαρμογές. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν τις ανωτέρω εφαρμογές και ανταλλάσσουν αρχεία μεταξύ τους.

2.1.B.4 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ (EXCEL)

Ο στόχος της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι η γνωριμία και η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με το πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων Excel. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, κατά τη διάρκεια της απασχόλησής τους ως στελέχη διεθνούς εμπορίου, καλούνται να χρησιμοποιήσουν το συγκεκριμένο λογισμικό. Ενδεικτικά, θα χρειαστεί να συντάξουν πίνακες με στατιστικά στοιχεία της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου, να υπολογίσουν τις αμοιβές και τις αποζημιώσεις του προσωπικού και των συνεργατών της επιχείρησης κ.λπ. Στο πλαίσιο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας παρουσιάζονται το πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων και οι δυνατότητες εφαρμογής του. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη δημιουργία και την επεξεργασία υπολογιστικών φύλλων, καθώς και με την πραγματοποίηση μαθηματικών υπολογισμών μετά την εισαγωγή δεδομένων στο Excel. Αναλύονται η λειτουργία του φίλτρου, η δυνατότητα προστασίας του φύλλου εργασίας, η απόκρυψη στηλών ή γραμμών και η δυνατότητα σταθεροποίησης των επικεφαλίδων. Παρουσιάζεται η δυνατότητα δημιουργίας ερωτηματολογίων στο Microsoft Forms ή Google Forms τα οποία αποτελούν απαραίτητα εργαλεία για τη διεξαγωγή μιας έρευνας. Αναλύονται η δυνατότητα δημιουργίας και μορφοποίησης πινάκων, καθώς και η δημιουργία γραφημάτων σύμφωνα με τις υποδείξεις των ανώτατων στελεχών, ώστε αυτά να παρουσιαστούν στη διοίκηση της επιχείρησης. Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση του προγράμματος υπολογιστικών φύλλων. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, αξιοποιούνται η τεχνική των ομάδων εργασίας και οι πρακτικές ασκήσεις με μακροεντολές, οι οποίες είναι πολύ χρήσιμες για τις επιχειρήσεις.

2.1.B.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (ACCESS)

Έχοντας εξοικειωθεί με τα εργαλεία και τις εντολές της εφαρμογής «Υπολογιστικά φύλλα (Excel)», οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν στην παρούσα μαθησιακή υποε-νότητα «Διαχείριση δεδομένων» γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν στην εργασία τους στην επιχείρηση διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι το Excel μπορεί να ανακτήσει δεδομένα από συστήματα βάσεων δεδομένων, όπως η εφαρμογή Access. Παρουσιάζονται και αναλύονται η εισαγωγή δεδομένων, η εφαρμογή ταξινομήσεων και φίλτρων και η επιλογή συγκεκριμένων σειρών δεδομένων. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης εργαστηριακής μαθησιακής υποενοτήτας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται ότι τα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία γραφημάτων, αναφορών και παρουσιάσεων για τους/τις πελάτες/-ισσες ή τους/τις προμηθευτές/-τριες της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Μπορούν επίσης να οργανωθούν σε πίνακες και, παράλληλα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσα από πρακτικές ασκήσεις, εισάγουν σύνολα και υπολογισμούς και αναζητούν τιμές. Αναλύονται η δυνατότητα διατήρησης των δεδομένων στον ηλεκτρονικό υπολογιστή των εκπαιδευομένων και η δυνατότητα δημοσίευσής τους στο Διαδίκτυο, ώστε οι άλλοι χρήστες/-τριες να μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη βάση δεδομένων τους με πρόγραμμα περιήγησης στο Διαδίκτυο. Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση του λογισμικού διαχείρισης δεδομένων. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, χρησιμοποιούν τη βάση δεδομένων και δημιουργούν λίστα με τους πελάτες ή/και τα προϊόντα της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου.

2.1.B.6 | ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΩΝ (POWERPOINT)

Ο στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενοτήτας είναι η γνωριμία και η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με το λογισμικό παρουσιάσεων διαφανειών PowerPoint. Παρουσιάζονται οι δυνατότητες χρήσης του συγκεκριμένου προγράμματος, το οποίο θα βοηθήσει τα στελέχη διεθνούς εμπορίου να δημιουργούν επαγγελματικές παρουσιάσεις. Η παρούσα μαθησιακή υποενοτήτα βοηθά τους/τις εκπαιδευομένους/-ες να εξοικειωθούν με το πρόγραμμα, ώστε να πραγματοποιούν επιτυχημένες παρουσιάσεις σε στελέχη και πελάτες/-ισσες της εταιρείας διεθνούς εμπορίου. Επιπρόσθετα, το PowerPoint βοηθά τους/τις εκπαιδευομένους/-ες να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση κατά την παρουσίαση των εργασιών ή/και των αποτελεσμάτων του τμήματος εργασίας τους κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής τους απασχόλησης. Στο πλαίσιο της παρούσας υποενοτήτας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν παρουσιάσεις από την αρχή ή με βάση ένα πρότυπο. Αναλύεται η δυνατότητα προσθήκης κειμένου, εικόνων, γραφικών και βίντεο. Παρουσιάζονται η διάταξη διαφάνειας, η χρήση πολλών υποδειγμάτων διαφανειών σε μια παρουσίαση, η εφαρμογή χρώματος και σχεδίου στις διαφάνειες

και η εφαρμογή πολλών θεμάτων σε μια παρουσίαση. Επιπλέον, παρουσιάζεται η προσθήκη σχημάτων, εικόνων clip art, πινάκων και γραφημάτων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δυνατότητα προβολής των παρουσιάσεων με στόχο τη δημιουργία επαγγελματικών παρουσιάσεων. Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση του λογισμικού παρουσίασης διαφανειών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παπαθανασίου Ε. Α. & Μαμάκου Ξ.Ι. (2022). *EXCEL: Ανάλυση δεδομένων & επιχειρηματικές εφαρμογές*. Αθήνα: Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ).
2. Ramakrishnan, R. & Gehrke, J. (2011). *Συστήματα διαχείρισης βάσεων δεδομένων* (3η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Συμπληρωματικές

1. Γκλαβά, Μ. (2019). *Ελληνική Access 2016: Γρήγορα και απλά*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.
2. Καρολίδης, Δ. & Ξαρχάκος, Κ. (2023). *Microsoft Excel 2021*. Αθήνα: Εκδόσεις Άβακας.

2.1.Γ • ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Διεθνή οικονομικά» έχει ως στόχο την ερμηνεία της οικονομικής ορολογίας μέσω της εισαγωγής στο οικονομικό λεξιλόγιο και της παρουσίασης οικονομικών εννοιών και θεωριών. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στη χρήση οικονομικών στοιχείων, στην κατανόηση των λειτουργιών της οικονομίας και στην κατανόηση της σημασίας της χρηματοδότησης. Στη μαθησιακή ενότητα «Διεθνή οικονομικά» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν και να ερμηνεύουν την οικονομική ορολογία,
- Χρησιμοποιούν το οικονομικό λεξιλόγιο, να αποσαφηνίζουν και να διατυπώνουν οικονομικές έννοιες σε σχέση με τις θεωρίες,

- Διερευνούν και να χρησιμοποιούν οικονομικά στοιχεία (κείμενα, διαγράμματα, πίνακες),
- Κατανοούν τις λειτουργίες της οικονομίας, να αντιλαμβάνονται τη σημασία της χρηματοδότησης και να ερμηνεύουν τις διεθνείς οικονομικές σχέσεις μεταξύ κρατών και επιχειρήσεων,
- Ορίζουν τον νόμο της ζήτησης και της προσφοράς,
- Υπολογίζουν την ελαστικότητα της ζήτησης και της προσφοράς ως προς την τιμή,
- Ερμηνεύουν τις τιμές των ελαστικοτήτων ως προς την επίδρασή τους στις αποφάσεις μιας οντότητας,
- Υπολογίζουν το σημείο ισορροπίας στην αγορά ενός αγαθού.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ζήτηση / Προσφορά / Οικονομικό μοντέλο / Παγκοσμιοποίηση / Όροι εμπορίου / Μοντέλο συγκριτικού πλεονεκτήματος / Υπόδειγμα αναλογιών των παραγωγικών συντελεστών / Διεθνές εμπόριο / Διεθνείς συναλλαγές / Επενδύσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ
2	ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ
3	ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
4	ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
5	ΑΡΧΗ ΤΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΑΝΑΛΟΓΙΩΝ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ
6	ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Γ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα αποτελεί μια σύντομη και περιεκτική εισαγωγή στις βασικές αρχές και έννοιες της οικονομικής θεωρίας και του οικονομικού συστήματος. Περιγράφονται η φύση και ο λόγος ύπαρξης της οικονομικής επιστήμης, προκειμένου να κατανοηθεί το οικονομικό πρόβλημα της στενότητας, το οποίο προκύπτει από την ανεπάρκεια των διαθέσιμων παραγωγικών πόρων σε σχέση με τις ανθρώπινες ανάγκες. Αναλύονται βασικές έννοιες της οικονομικής θεωρίας, καθώς και οι διακρίσεις της σε επιμέρους ενότητες, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να

κατανοήσουν τη συγγένειά της με άλλες επιστήμες. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται θεμελιώδεις έννοιες της μικροοικονομικής και της μακροοικονομικής θεωρίας. Διευκρινίζεται ότι η διάκριση ανάμεσα στις δύο θεωρήσεις αφορά κυρίως το επίπεδο ανάλυσης. Η μικροοικονομική εξετάζει τη συμπεριφορά των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων και τη λειτουργία επιμέρους αγορών, ενώ η μακροοικονομική εξετάζει συνολικά οικονομικά μεγέθη, όπως το εθνικό προϊόν, η ανεργία, ο πληθωρισμός και η οικονομική ανάπτυξη. Η ανωτέρω γνώση είναι ιδιαίτερα σημαντική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς θα τους/τις επιτρέψει να λειτουργούν αποτελεσματικότερα στο επαγγελματικό περιβάλλον. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και των θεωρητικών προσεγγίσεων. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δύνανται, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, να παρουσιάσουν στην ολομέλεια της τάξης τα βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα κάθε θεωρίας.

2.1.Γ.2 | ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εμβαθύνει στις βασικές αρχές της οικονομικής επιστήμης και ασχολείται με ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία της οικονομικής σκέψης. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι έννοιες της προσφοράς και της ζήτησης, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο αυτές κατευθύνουν το σύστημα της αγοράς. Η υποενότητα στοχεύει στην κατανόηση από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες της έννοιας της ζήτησης, της έννοιας της προσφοράς, καθώς και του περιεχομένου της καμπύλης προσφοράς και της καμπύλης ζήτησης. Γίνεται αντιληπτό ότι ο συνδυασμός των δύο αυτών καμπυλών οδηγεί στον προσδιορισμό της τιμής και της ποσότητας ισορροπίας. Περαιτέρω, αναλύονται οι μετατοπίσεις των καμπυλών προσφοράς και ζήτησης και διακρίνονται από τις κινήσεις κατά μήκος των καμπυλών. Η θεωρία της ζήτησης και της προσφοράς αποτελεί σημαντικό εργαλείο ανάλυσης των παραγόντων που επηρεάζουν τις τιμές και τις ποσότητες. Οι παραπάνω γνώσεις θεωρούνται απαραίτητες για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, προκειμένου να μπορούν να ερμηνεύσουν τα οικονομικά φαινόμενα που αντιμετωπίζει κάθε επιχείρηση στον χώρο του διεθνούς εμπορίου. Προτείνεται να δοθούν πίνακες και διαγράμματα με στοιχεία για τη ζητούμενη και την προσφερόμενη ποσότητα σε κάθε τιμή, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να σχεδιάσουν διαγράμματα και να υπολογίσουν την τιμή και την ποσότητα ισορροπίας. Στη συνέχεια, προτείνεται να εξηγήσουν τις μεταβολές στις δύο καμπύλες και τον τρόπο με τον οποίο αυτές επηρεάζουν την τιμή και την ποσότητα ισορροπίας.

2.1.Γ.3 | ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην έννοια του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ), το οποίο ορίζεται ως η αγοραία αξία όλων των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται εντός μιας χώρας σε

συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τα ενδιάμεσα από τα τελικά αγαθά και τις υπηρεσίες και κατανοούν ότι στον υπολογισμό του ΑΕΠ περιλαμβάνονται μόνο τα τελικά αγαθά και οι υπηρεσίες, ώστε να αποφεύγεται η διπλή καταμέτρηση. Περαιτέρω, αναλύεται η διάκριση της επένδυσης σε ακαθάριστη και καθαρή. Η ακαθάριστη επένδυση περιλαμβάνει το σύνολο των επενδυτικών δαπανών, ενώ η καθαρή επένδυση προκύπτει μετά την αφαίρεση των αποσβέσεων και εκφράζει την καθαρή αύξηση του αποθέματος κεφαλαίου. Στη συνέχεια, αναλύονται ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται το ΑΕΠ, οι παράγοντες που προκαλούν τη μεταβολή του και οι δυνατότητες ενίσχυσης της παραγωγικής δραστηριότητας. Παρουσιάζονται οι περιορισμοί και οι δυσκολίες του ΑΕΠ, παρόλο που χρησιμοποιείται ευρέως ως μέτρο της οικονομικής δραστηριότητας. Αναλύεται το ετήσιο προϊόν, το οποίο, σύμφωνα με την προσέγγιση της δαπάνης, περιλαμβάνει τέσσερις (4) βασικές συνιστώσες: την ιδιωτική κατανάλωση, την ακαθάριστη επένδυση, τη δημόσια δαπάνη και τις καθαρές εξαγωγές. Επιπλέον, παρουσιάζεται η οικονομική ανάπτυξη, η οποία συνδέεται με την αύξηση και τη βελτίωση της ποιότητας της εργασίας και του κεφαλαίου, την τεχνολογική πρόοδο, την παραγωγικότητα και το θεσμικό περιβάλλον. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και των θεωρητικών προσεγγίσεων. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δύνανται, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, να παρουσιάσουν στην ολομέλεια της τάξης τους βασικούς περιορισμούς του ΑΕΠ ως δείκτη οικονομικής ευημερίας.

2.1.Γ.4 | ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι η κατανόηση και η γνώση του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος, των τάσεων και της θέσης της Ελλάδας σε αυτό. Αρχικά, παρουσιάζονται η έννοια και το περιεχόμενο της παγκοσμιοποίησης. Προσδιορίζονται οι παράγοντες που συνέβαλαν στη διαδικασία της παγκοσμιοποίησης και, ειδικότερα, η ανάπτυξη των τομέων της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, η πρόοδος της επιστήμης και της τεχνολογίας και η διασύνδεσή τους με τις διαδικασίες της παραγωγής, της ανταλλαγής, των μεταφορών και του διεθνούς εμπορίου, η επιτάχυνση της διαδικασίας οικονομικής ολοκλήρωσης στην Ευρώπη, η κατάρρευση των κεντρικά σχεδιασμένων οικονομιών μετά το 1989 στις πρώην σοσιαλιστικές χώρες και η έναρξη της διαδικασίας μετάβασης στην οικονομία της αγοράς. Έπειτα, αναλύονται τα βασικά επιχειρήματα των υποστηρικτών της παγκοσμιοποίησης και οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν το επιχειρήμα ότι μέσω αυτής μπορεί να μειωθεί η φτώχεια και να περιοριστεί η ανισοκατανομή του πλούτου. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η έννοια της οικονομικής ολοκλήρωσης, η οποία αναφέρεται στη διαδικασία κατά την οποία ανεξάρτητες χώρες συνδιαμορφώνουν, αποδέχονται και υιοθετούν κοινούς κανόνες με σκοπό την ενίσχυση της μεταξύ τους οικονομικής συνεργασίας, και επεξηγούνται οι μορφές της. Ως εκπαιδευτική πρακτική ενδείκνυται να

χρησιμοποιηθεί η εμπλουτισμένη εισήγηση και, στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε τέσσερις (4) ομάδες εργασίας, προτείνεται να παρουσιάσουν στην αίθουσα της τάξης τα επίμαχα διεθνή ζητήματα της φτώχειας, του περιβάλλοντος, του πετρελαίου και της μετανάστευσης.

2.1.Γ.5 | ΑΡΧΗ ΤΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΑΝΑΛΟΓΙΩΝ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ

Στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες την αναγκαιότητα ύπαρξης του διεθνούς εμπορίου και τον λόγο για τον οποίο αυτό είναι επικερδές, με άλλα λόγια, τον σκοπό της παραδοσιακής θεωρίας του διεθνούς εμπορίου. Αναλύεται η ρικαρντιανή ή κλασική θεωρία του διεθνούς εμπορίου, προκειμένου να γίνει αντιληπτό ότι η ύπαρξη και τα κέρδη από το εμπόριο αιτιολογούνται με βάση το συγκριτικό πλεονέκτημα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται ότι το διεθνές εμπόριο είναι επωφελές, καθώς καθιστά διαθέσιμα περισσότερα αγαθά για κατανάλωση, γεγονός που επιτρέπει μια δυνητική κατανομή του εισοδήματος η οποία μπορεί να βελτιώσει τη θέση όλων. Παρουσιάζονται και αποσαφηνίζονται οι έννοιες των κερδών από το εμπόριο, των όρων εμπορίου και των όρων εμπορίου ως προς τους παραγωγικούς συντελεστές. Έπειτα, αναλύεται το υπόδειγμα αναλογιών των παραγωγικών συντελεστών Heckscher-Ohlin-Samuelson, το οποίο αποτελεί προέκταση της θεωρίας του Ricardo, προκειμένου να γίνει αντιληπτός ο αντίκτυπος που έχει το εμπόριο των ανεπτυγμένων χωρών με τον Νότο στους μισθούς και στην απασχόληση. Στη συνέχεια, αναλύονται ο αντίκτυπος του διεθνούς εμπορίου στις αποδοχές των συντελεστών και η επίπτωση της ανάπτυξης στην εξειδίκευση. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη θεωρία των αναλογιών των παραγωγικών συντελεστών και στο θεώρημα Heckscher-Ohlin. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών.

2.1.Γ.6 | ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με τους όρους του εμπορίου και τους ερμηνεύουν, ενώ παράλληλα κατανοούν τη σημασία των άμεσων ξένων επενδύσεων και εξετάζουν ειδικότερα τη θέση της Ελλάδας ως προς το διεθνές εμπόριο και τις άμεσες ξένες επενδύσεις. Παρουσιάζονται η έννοια και τα είδη των διεθνών συναλλαγών. Ερμηνεύονται και αποσαφηνίζονται όροι όπως οι καθαροί και ακαθάριστοι όροι εμπορίου, οι εμπορευματικοί όροι εμπορίου, οι εισοδηματικοί όροι εμπορίου και οι απλοί παραγωγικοί όροι εμπορίου. Περιγράφονται το ενδοπεριφερειακό εμπορικό μερίδιο, ο δείκτης έντασης εμπορικής ολοκλήρωσης, ο βαθμός ανοίγματος ή εξωστρέφειας μιας οικονομίας, ο δείκτης συγκεντρωτικότητας των εξαγωγών, ο δείκτης ομοιότητας των εξαγωγών και ο δείκτης αποκαλυμμένου συγκριτικού πλεονεκτήματος. Αποσαφηνίζονται τα βασικά χαρακτηριστικά και οι αιτίες

των προβλημάτων του εξωτερικού εμπορίου της Ελλάδας. Διατυπώνεται η σημασία των άμεσων ξένων επενδύσεων για τις χώρες υποδοχής και ιδιαίτερα για τις λιγότερο αναπτυγμένες, ενώ αναλύονται οι βασικοί παράγοντες που προσελκύουν τις άμεσες ξένες επενδύσεις σύμφωνα με τις παραδοσιακές και τις σύγχρονες αντιλήψεις. Επιπλέον, στο πλαίσιο της υποεπένδυσης περιγράφεται η υστέρηση της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής ξένων επενδύσεων και προσδιορίζονται οι βασικότεροι λόγοι αυτής της υστέρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, παρουσιάζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ειδών των διεθνών συναλλαγών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Guillochon, B., Kawecki, A. & Venet, B. (2015). *Διεθνής οικονομική: Διεθνές εμπόριο και μακροοικονομία* (7η γαλλική έκδοση), (μτφρ. Π. Μπουρλάκης). Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Parkin, M., Powell, M. & Matthews, K. (2013). *Αρχές οικονομικής* (μτφρ. Ε. Αντώνογλου & Γ. Σιδεράς). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Συμπληρωματικές

1. Begg, D., Vernasca, G., Fischer, S. & Dornbusch, R. (2023). *Εισαγωγή στην οικονομική* (4η ελληνική έκδοση), (μτφρ. Ε. Θάνου & Π. Παπαδοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2016). *Διεθνής οικονομική: Θεωρία και πολιτική* (4η βελτιωμένη έκδοση), (μτφρ. Γ. Λαντούρης). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

2.1.Δ • ΔΙΕΘΝΗ ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Διεθνή νομικά θέματα» έχει ως στόχο να παρουσιάσει τις νομικές αρχές που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της αλληλεξάρτησης μεταξύ του δικαίου, της οικονομίας και του εμπορίου. Παράλληλα, προσδιορίζεται η έννοια του διεθνούς οικονομικού δικαίου και αναλύονται οι παράγοντες των διεθνών οικονομικών σχέσεων. Με την ολοκλήρωση της μαθησιακής ενότητας «Διεθνή νομικά θέματα», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις νομικές αρχές που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα,
- Συσχετίζουν την αλληλεξάρτηση μεταξύ του δικαίου και της οικονομίας,
- Αναγνωρίζουν τις διάφορες νομικές μορφές των επιχειρήσεων,
- Αναγνωρίζουν τον ρόλο και τη χρήση των συμβάσεων,
- Χρησιμοποιούν τις αρχές του δικαίου για να εξετάσουν πραγματικές καταστάσεις στο διεθνές εμπόριο.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διεθνές οικονομικό δίκαιο / Διεθνείς εμπορικές συμβάσεις / Νομικές αρχές διεθνούς οικονομικής δραστηριότητας / Εμπορικό δίκαιο / Δίκαιο προσωπικών εταιρειών / Δίκαιο κεφαλαιουχικών εταιρειών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ
2	ΟΙ ΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΑΛΛΗΛΕΞΑΡΤΗΣΗ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
3	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
4	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ
5	ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
6	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Δ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα αποτελεί την εισαγωγή στο διεθνές οικονομικό δίκαιο και είναι καθοριστικής σημασίας για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς προσφέρει το απαραίτητο θεωρητικό υπόβαθρο για την κατανόηση του διεθνούς νομικού πλαισίου που διέπει τις οικονομικές σχέσεις μεταξύ κρατών, διεθνών οργανισμών και ιδιωτικών φορέων. Στην υποενότητα αυτή εξετάζονται ο ορισμός, το αντικείμενο και οι πηγές του διεθνούς οικονομικού δικαίου, με στόχο την κατανόηση των βασικών εννοιών και εργαλείων που διέπουν την παγκόσμια οικονομική διακυβέρνηση. Παράλληλα, αναλύεται η διαφορά του διεθνούς οικονομικού δικαίου από συγγενείς κλάδους,

όπως το δημόσιο διεθνές δίκαιο και το ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να είναι σε θέση να διακρίνουν το πεδίο εφαρμογής κάθε νομικού κλάδου. Η υποεπάρκεια εστιάζεται επίσης στη σύνδεση μεταξύ δικαίου, οικονομίας και εμπορίου, αναδεικνύοντας τον ρυθμιστικό ρόλο των νομικών κανόνων στην οικονομική δραστηριότητα και στο διεθνές εμπόριο. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις θεσμικές παρεμβάσεις και στον ρόλο του κράτους στη διαμόρφωση και την τήρηση των κανόνων του παγκόσμιου εμπορικού συστήματος. Τέλος, εξετάζονται οι κυριότεροι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί και θεσμοί, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ), το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ), η Παγκόσμια Τράπεζα και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), με σκοπό την κατανόηση του ρόλου τους στη θέσπιση κανόνων, στη χάραξη πολιτικών και στη ρύθμιση της διεθνούς οικονομικής συνεργασίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την ορολογία του διεθνούς οικονομικού δικαίου, κατανοούν τη σημασία του για τη ρύθμιση της διεθνούς οικονομικής ζωής και είναι σε θέση να εντοπίζουν τους θεσμικούς και νομικούς παράγοντες που διαμορφώνουν το παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον. Η διδασκαλία μπορεί να ενισχυθεί με τη χρήση διαφανειών (PowerPoint), διεθνών νομικών κειμένων, αποσπασμάτων από συμφωνίες ή πράξεις οργανισμών, καθώς και με πρακτικά παραδείγματα για την καλύτερη κατανόηση της εφαρμογής των κανόνων στην πράξη.

2.1.Δ.2 | ΟΙ ΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΑΛΛΗΛΕΞΑΡΤΗΣΗ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπάρκεια επικεντρώνεται στην κατανόηση των νομικών αρχών που στηρίζουν και ρυθμίζουν την οικονομική δραστηριότητα σε διεθνές επίπεδο. Αποτελεί κρίσιμο σημείο αναφοράς για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς τους επιτρέπει να αναγνωρίζουν τις βασικές νομικές βάσεις που διέπουν τις οικονομικές σχέσεις μεταξύ κρατών, οργανισμών και ιδιωτικών φορέων. Μέσω της μελέτης της υποεπάρκειας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς το δίκαιο συμβάλλει στη διασφάλιση της σταθερότητας, της διαφάνειας και της ασφάλειας στις συναλλαγές, στη λειτουργία των αγορών και στην επίλυση διαφορών. Παράλληλα, η υποεπάρκεια αναδεικνύει τη βαθιά αλληλεξάρτηση μεταξύ του δικαίου και της οικονομίας, επιτρέποντας στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να συσχετίζουν τις νομικές ρυθμίσεις με τις οικονομικές επιδόσεις και εξελίξεις. Γίνεται σαφές ότι οι νομικοί κανόνες δεν είναι απλώς ένα εξωτερικό πλαίσιο για την οικονομία, αλλά λειτουργούν ως καθοριστικός μηχανισμός για τη διαμόρφωση πολιτικών, τον καθορισμό όρων ανταγωνισμού και τη διαχείριση κρίσεων. Επιπλέον, εξετάζεται πώς οι μεταβολές στην παγκόσμια οικονομία οδηγούν στην ανάγκη προσαρμογής ή επαναξιολόγησης του νομικού πλαισίου. Με τη βοήθεια θεωρητικών προσεγγίσεων, μελετών περίπτωσης και ανάλυσης πραγματικών παραδειγμάτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τη δυνατότητα να ερμηνεύουν νομικές διατάξεις υπό το πρίσμα οικονομικών φαινομένων και να κατανοούν τη δυναμική σχέση μεταξύ των δύο αυτών πεδίων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής

διαδικασίας προτείνεται η χρήση διαφανειών (PowerPoint), άρθρων διεθνών συνθηκών, επιλεγμένων αποφάσεων διεθνών οργανισμών και διαδραστικών ασκήσεων κατανόησης της εφαρμογής των αρχών του δικαίου στην οικονομική δραστηριότητα.

2.1.Δ.3 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στον ρόλο και στη σημασία των διεθνών εμπορικών συμβάσεων στις εμπορικές σχέσεις, καθώς και στη δυνατότητα εφαρμογής των βασικών αρχών του διεθνούς οικονομικού δικαίου σε πραγματικές καταστάσεις και πρακτικά παραδείγματα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την έννοια της διεθνούς εμπορικής σύμβασης, τη δομή της, τα βασικά στοιχεία εγκυρότητας και εφαρμογής της, καθώς και με τις νομικές συνέπειες που απορρέουν από αυτή. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση των συμβάσεων ως μέσου πρόβλεψης, πρόληψης και διαχείρισης κινδύνων στο διεθνές εμπόριο. Παράλληλα, μέσα από την ανάλυση επιλεγμένων περιπτώσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να εφαρμόζουν τις αρχές του διεθνούς δικαίου στην αξιολόγηση πραγματικών εμπορικών καταστάσεων, όπως οι συμβατικές διαφορές, οι παραβιάσεις όρων και τα ζητήματα δικαιοδοσίας και ερμηνείας, καθώς και στην επίλυση διαφορών μέσω δικαστικής ή εξωδικαστικής οδού (διαιτησία, διαμεσολάβηση κ.ά.). Η υποενότητα επιδιώκει να ενισχύσει τη δεξιότητα της κριτικής σκέψης και της πρακτικής εφαρμογής των νομικών γνώσεων, ενθαρρύνοντας τη συζήτηση, την επίλυση σεναρίων και τη σύνταξη βασικών υποδειγμάτων διεθνών συμβάσεων. Για την υποστήριξη της διδασκαλίας προτείνεται η χρήση υποδειγμάτων συμβάσεων, σχετικής νομολογίας, διαδραστικών μελετών περίπτωσης και σύντομων ασκήσεων εφαρμογής του δικαίου.

2.1.Δ.4 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Σκοπός της μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες αρχικά στην έννοια του εμπορίου, στα συστατικά στοιχεία της εμπορικότητας, στην έννοια του εμπορικού δικαίου και στις δραστηριότητες που ρυθμίζει ο συγκεκριμένος κλάδος του δικαίου, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να ορίζουν βασικές έννοιες του εμπορικού και εταιρικού δικαίου. Στη συνέχεια, γίνεται εκτενής αναφορά στις πηγές και στις βασικές αρχές του εμπορικού δικαίου και, συγκεκριμένα, στην αρχή της σημαντικής δράσης, στην αρχή της χρηματικής συναλλαγής, στη δυναμική και στη διεθνή οπτική του εμπορικού δικαίου, στην αρχή της αποτελεσματικότητας του εμπορικού δικαίου και στην αρχή της ελεύθερης δράσης. Έπειτα, στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να ιεραρχούν τις βασικές και τις έμμεσες ή δευτερογενείς πηγές του εμπορικού δικαίου, ενώ σημαντικό είναι να αναλύουν τη σχέση του εμπορικού με το αστικό δίκαιο, καθώς το εμπορικό δίκαιο είναι τμήμα του ιδιωτικού δικαίου. Σε κάθε εμπορική σχέση εφαρμόζονται οι γενικοί κανόνες του αστικού δικαίου, ενώ ειδικοί κανόνες προβλέπονται για αυτή από το εμπο-

ρικό δίκαιο. Επόμενο σημαντικό σημείο της υποεπένδυσης είναι να κωδικοποιούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τις επιμέρους διαιρέσεις του εμπορικού δικαίου σε γενικό μέρος, δίκαιο βιομηχανικής ιδιοκτησίας, δίκαιο των εμπορικών εταιρειών και δίκαιο των αξιολογίων, τα οποία χρησιμοποιούνται ευρέως στην εμπορική πρακτική. Τέλος, παρουσιάζονται και τα συστήματα εμπορικότητας, τα οποία αποτελούν νομικές μεθόδους μέσω των οποίων προσδίδεται σε μια πράξη, δραστηριότητα ή σε ένα πρόσωπο η εμπορική ιδιότητα και επέρχονται έννομες συνέπειες που υπόκεινται σε διαφορετική ρύθμιση από εκείνη των αστικών πράξεων. Προτεινόμενη εκπαιδευτική τεχνική είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση.

2.1.Δ.5 | ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Σκοπός της μαθησιακής υποεπένδυσης είναι αφενός να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις μορφές των εμπορικών εταιρειών και αφετέρου να τους/τις βοηθήσει να διακρίνουν τις εταιρείες σε προσωπικές και κεφαλαιουχικές, που είναι και ο βασικός διαχωρισμός τους. Το κριτήριο για τη διάκριση αυτή είναι η σημασία του προσώπου των εταίρων ή του κεφαλαίου τόσο κατά τη σύσταση όσο και κατά τη λειτουργία της εταιρείας. Στις προσωπικές εταιρείες η σημασία του προσώπου του εταίρου είναι μεγαλύτερη από τη σημασία του κεφαλαίου, ενώ στις κεφαλαιουχικές η σημασία αυτή είναι περιορισμένη, με αποτέλεσμα το κεφάλαιο να αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο τους. Περαιτέρω σκοπός της υποεπένδυσης είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται, ώστε να χρησιμοποιούν νομικές έννοιες και την ορολογία του δικαίου των προσωπικών εταιρειών, να ερμηνεύουν τις έννοιες αυτές και να κατηγοριοποιούν τις προσωπικές εταιρείες, στις οποίες περιλαμβάνονται η αστική εταιρεία, η Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ), η Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ) και η αφανής εταιρεία. Σημαντικό σημείο της υποεπένδυσης είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν τις βασικές αρχές που ισχύουν στις προσωπικές εταιρείες και, ειδικότερα, ότι πρόκειται για σχέσεις εμπιστοσύνης, ότι υπάρχει υποχρέωση πίστης των εταίρων έναντι των άλλων εταίρων και της εταιρείας, ότι ισχύουν η αρχή της αυτοδιαχείρισης και η αρχή της ισότητας στις σχέσεις μεταξύ των εταίρων. Η μαθησιακή υποεπένδυση ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων των προσωπικών εταιρειών, ενώ προτεινόμενη εκπαιδευτική τεχνική είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση.

2.1.Δ.6 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ

Η μαθησιακή υποεπένδυση εστιάζεται στις επιχειρηματικές δομές που χρησιμοποιούνται στις διεθνείς εμπορικές δραστηριότητες και στον τρόπο με τον οποίο η επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής επηρεάζει τη λειτουργία, τη χρηματοδότηση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τα κριτήρια επιλογής εταιρικής μορφής ανάλογα με το μέγεθος, το αντικείμενο δραστηριότητας, τις ανάγκες χρηματοδότησης και το επίπεδο επιχειρηματικού κινδύνου.

Παρουσιάζονται οι βασικές μορφές επιχειρηματικής οργάνωσης που συναντώνται στην ελληνική και τη διεθνή αγορά, καθώς και οι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις επιλέγουν συγκεκριμένες εταιρικές δομές για την ανάπτυξη διεθνών εμπορικών σχέσεων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη λειτουργία θυγατρικών εταιρειών, υποκαταστημάτων, κοινοπραξιών (joint ventures) και στρατηγικών συνεργασιών που χρησιμοποιούνται συχνά στις διεθνείς συναλλαγές.

Παράλληλα, εξετάζονται ζητήματα εταιρικής ευθύνης, εταιρικής διακυβέρνησης, λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων και διαχείρισης επιχειρηματικών κινδύνων στο διεθνές περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με πραγματικά παραδείγματα επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μία χώρες και αναλύουν τα πλεονεκτήματα και τις προκλήσεις κάθε οργανωτικής επιλογής.

Με την ολοκλήρωση της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούν να αξιολογούν διαφορετικές επιχειρηματικές δομές, να αναγνωρίζουν τη σημασία της νομικής μορφής για τη διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα και να υποστηρίζουν τεκμηριωμένα επιχειρηματικές αποφάσεις σχετικές με την οργάνωση και την ανάπτυξη εταιρειών στο διεθνές εμπόριο.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Herdegen, M. (2019). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο* (2η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Ρόκας, Ι. Κ. (2019). *Εταιρίες: Εισαγωγή στο δίκαιο των εταιριών του εμπορικού δικαίου* (6η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.

Συμπληρωματικές

1. Μπρεδήμας, Α. & Γουργουρίνης, Α. (2018). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο: Το δίκαιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
2. Αναστασόπουλος, Γ. (2019). *Επιτομή εμπορικού δικαίου* (8η έκδοση). Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.

2.1.Ε • ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Διασφάλιση νέων πελατών και παρακολούθηση των υφιστάμενων πελατών/εταίρων» έχει ως στόχο τον προσδιορισμό και την επιλογή των πελατών με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των ξένων αγορών. Η μαθησιακή

ενότητα αποσκοπεί στην αξιολόγηση των δυνατοτήτων των υφιστάμενων πελατών, στην οργάνωση των μεθόδων διασφάλισης νέων πελατών και στην επικοινωνία με δυνητικούς πελάτες. Επιπροσθέτως, προσανατολίζεται στη δημιουργία, στη διαχείριση και στην ενημέρωση ενός επαρκούς και πολυπολιτισμικού δικτύου επαφών. Στη μαθησιακή ενότητα «Διασφάλιση νέων πελατών και παρακολούθηση των υφιστάμενων πελατών/εταίρων» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Προσδιορίζουν και να επιλέγουν πελάτες-στόχους με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των ξένων αγορών,
- Αξιολογούν τις δυνατότητες των υφιστάμενων πελατών,
- Οργανώνουν τις μεθόδους διασφάλισης νέων πελατών και να επικοινωνούν με δυνητικούς πελάτες,
- Δημιουργούν, να διαχειρίζονται και να ενημερώνουν ένα επαρκές και πολυπολιτισμικό δίκτυο επαφών.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Στόχευση πελατών / Αξιολόγηση συνεργασιών / Διασφάλιση πελατών / Στρατηγικές προσέγγισης / Διεθνής επικοινωνία / Προσαρμογή μηνύματος / Πολυπολιτισμικά δίκτυα / Διαπολιτισμική διαχείριση / Διατήρηση επαφών / Διαχείριση πελατειακών σχέσεων (CRM) και πελατοκεντρική οργάνωση / Ανατροφοδότηση συνεργασιών / Μακροχρόνιες εμπορικές σχέσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΕΛΑΤΩΝ-ΣΤΟΧΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
2	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΩΝ
3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ
4	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
5	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΕΠΑΦΩΝ
6	ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΕΠΑΦΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.1.E.1 | ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΕΛΑΤΩΝ-ΣΤΟΧΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην εισαγωγή των εκπαιδευομένων στις βασικές έννοιες και στα εργαλεία που συνδέονται με τον εντοπισμό, την αξιολόγηση και την επιλογή πελατών στις διεθνείς αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν κριτήρια στόχευσης πελατών με βάση τον κλάδο, τον όγκο αγορών, τη σταθερότητα της λειτουργίας και τη γεωγραφική κάλυψη. Περιγράφουν στρατηγικές επιλογής πελατών που εξυπηρετούν τη διείσδυση του προϊόντος ή της υπηρεσίας σε αγορές με αναπτυξιακή δυναμική. Παράλληλα, προσδιορίζουν τη σημασία της ορθής τμηματοποίησης πελατών (customer segmentation) για την αποτελεσματική εμπορική στόχευση. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν δεδομένα που σχετίζονται με καταναλωτικές τάσεις, συμπεριφορές αγοράς και προφίλ επιχειρήσεων, ώστε να εντοπίζουν ευκαιρίες σύναψης συνεργασιών. Αναλύεται η μεθοδολογία δημιουργίας προφίλ «ιδανικού πελάτη» (ideal customer profile), ενώ εφαρμόζεται η χρήση εργαλείων, όπως πίνακες αξιολόγησης, πίνακες βαθμολόγησης (scoring cards) και ανάλυση δυνητικής αξίας πελάτη (customer lifetime value). Εξετάζονται επίσης οι διαφορές στόχευσης μεταξύ πελατών B2B και B2C και οι πολιτισμικές επιρροές στην αγοραστική συμπεριφορά. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ικανότητα των εκπαιδευομένων να συγκρίνουν εναλλακτικούς πελάτες σε διαφορετικές αγορές και να υποστηρίζουν τη στρατηγική επιλογή με στοιχεία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν ανάμεσα σε πελάτες υψηλής προτεραιότητας, πελάτες-πilotους και πελάτες-κλειδιά με δυνατότητα επέκτασης της συνεργασίας. Περιγράφουν τρόπους αξιολόγησης τόσο του εμπορικού δυναμικού όσο και του βαθμού πολιτισμικής ή επιχειρησιακής συμβατότητας. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να συγκροτήσουν ομάδες εργασίας και να καταρτίσουν προφίλ πελατών-στόχων για συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία σε δύο διαφορετικές αγορές. Αφού χρησιμοποιήσουν συγκεκριμένα κριτήρια επιλογής, παρουσιάζουν τις τελικές λίστες πελατών και αιτιολογούν τις επιλογές τους με βάση στρατηγικά και ποιοτικά δεδομένα.

2.1.E.2 | ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αξιολόγηση της δυναμικής και της συνεισφοράς των υφιστάμενων πελατών και εμπορικών εταίρων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν βασικούς δείκτες μέτρησης της εμπορικής αξίας, όπως η συχνότητα αγορών, ο κύκλος ζωής της συνεργασίας, ο όγκος παραγγελιών και η αξιοπιστία πληρωμών. Παράλληλα, προσδιορίζουν ποιοτικά στοιχεία που σχετίζονται με τη συμπεριφορά, τη στρατηγική ευθυγράμμιση και την προοπτική συνέχισης της συνεργασίας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, περιγράφονται εργαλεία ανάλυσης, όπως η ανάλυση ABC (κατά κύκλο εργασιών), ο δείκτης Customer Lifetime

Value (CLV)-Αξία Κύκλου Ζωής Πελάτη και η μέθοδος RFM (Recency, Frequency, Monetary). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν και συγκρίνουν πελατειακά δεδομένα, ώστε να ταξινομήσουν τους υφιστάμενους πελάτες σε ομάδες υψηλής, μέσης και χαμηλής στρατηγικής σημασίας. Εξετάζουν επίσης περιπτώσεις εταίρων που χρειάζονται επαναδιαπραγμάτευση όρων ή επανεκτίμηση της εμπορικής σχέσης. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στην ενεργή παρακολούθηση και αξιολόγηση του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου πελατών και εταίρων ως προϋπόθεση για τη βελτιστοποίηση των εμπορικών επιδόσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις στρατηγικές ενίσχυσης συνεργασιών που παρουσιάζουν περιθώρια ανάπτυξης και περιγράφουν τα κριτήρια βάσει των οποίων κρίνεται σκόπιμη η επένδυση σε υφιστάμενους πελάτες. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να αναλύσουν ένα δείγμα πελατών πραγματικής ή υποθετικής επιχείρησης και να δημιουργήσουν ένα σύστημα αξιολόγησης δυναμικής με βάση εμπορικά και ποιοτικά δεδομένα. Στη συνέχεια, παρουσιάζουν τις κατηγορίες στις οποίες κατατάχθηκαν οι πελάτες και προτείνουν ενέργειες για την ενίσχυση, την επαναπροσέγγιση ή την αποδέσμευση συγκεκριμένων συνεργασιών.

2.1.Ε.3 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η μαθησιακή υποεπάρκεια προσφέρει μια ανάλυση των βασικών μεθοδολογιών που χρησιμοποιούνται για την οργάνωση ενεργειών προσέγγισης και διασφάλισης νέων πελατών στις ξένες αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βασικά στάδια που προηγούνται της πρώτης επαφής, οργανώνουν τις πληροφορίες που απαιτούνται για στοχευμένη προσέγγιση και διατυπώνουν επιχειρησιακά σενάρια προσέλκυσης πελατών. Εστιάζονται στη διαμόρφωση πλάνου δράσης που ενσωματώνει ενέργειες προβολής, επικοινωνίας και αξιολόγησης του ενδιαφέροντος.

Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, αναλύονται μέθοδοι διασφάλισης πελατών που περιλαμβάνουν τη συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις, την αξιοποίηση διαδικτυακών πλατφορμών B2B, την απευθείας προσέγγιση μέσω email ή τηλεφωνικών παρουσιάσεων και τη χρήση τοπικών εκπροσώπων ή διανομέων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τη λειτουργικότητα κάθε μεθόδου ανά τύπο αγοράς και κατηγορία προϊόντος ή υπηρεσίας. Ερμηνεύουν τις συνθήκες υπό τις οποίες απαιτούνται εξατομικευμένη επικοινωνία, σταδιακή καλλιέργεια εμπιστοσύνης και παρακολούθηση της ανταπόκρισης του πελάτη. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στη δημιουργία ενός συστηματικού πλαισίου ενεργειών που οδηγούν σε ουσιαστικές συνεργασίες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν μια προσέγγιση που βασίζεται στην ανάλυση δεδομένων, στην οργάνωση χρόνου και πόρων και στη διαμόρφωση προσαρμοσμένων λύσεων για κάθε αγορά-στόχο. Διακρίνουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα κάθε καναλιού προσέγγισης και περιγράφουν τις πρακτικές που αυξάνουν την πιθανότητα επιτυχούς συνεργασίας. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να σχεδιάσουν μια

στρατηγική προσέγγισης νέων πελατών για την εξαγωγή ενός επιλεγμένου προϊόντος. Το σχέδιο προτείνεται να περιλαμβάνει τον καθορισμό των μεθόδων, το χρονοδιάγραμμα, τους δείκτες επιτυχίας και τους τρόπους αξιολόγησης της ανταπόκρισης και να παρουσιαστεί και να συζητηθεί στην ολομέλεια της τάξης.

2.1.E.4 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αποτελεσματική επικοινωνία με δυνητικούς πελάτες σε ξένες αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τα βασικά στάδια επικοινωνίας, οργανώνουν το περιεχόμενο της πρώτης προσέγγισης και περιγράφουν τις απαιτήσεις για την προσαρμογή του μηνύματος ανάλογα με το πολιτισμικό και επιχειρησιακό πλαίσιο κάθε χώρας. Επιπλέον, διατυπώνουν βασικές αρχές επαγγελματικής επικοινωνίας που ενισχύουν την αξιοπιστία και την αποδοχή της πρότασης συνεργασίας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται τεχνικές επικοινωνίας μέσω email, τηλεφωνικής επαφής, βιντεοκλήσεων, εμπορικών παρουσιάσεων και συμμετοχής σε ψηφιακές πλατφόρμες B2B. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν στρατηγικές ψυχρής (cold) και θερμής (warm) προσέγγισης, ενώ ερμηνεύουν πώς το ύψος, η αμεσότητα, η σαφήνεια και ο επαγγελματισμός επηρεάζουν τη λήψη αποφάσεων από τον πελάτη. Επιπλέον, προσδιορίζουν τις προϋποθέσεις για την επιτυχή έναρξη διαλόγου και εντοπίζουν πρακτικές καλλιέργειας εμπιστοσύνης. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην αποτελεσματική επικοινωνία ως στρατηγικό εργαλείο ανάπτυξης πελατειακών σχέσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τον ρόλο της λεκτικής και της μη λεκτικής επικοινωνίας, εντοπίζουν πολιτισμικά εμπόδια και υιοθετούν τακτικές ακρόασης, αναγνώρισης αναγκών και προσαρμογής του μηνύματος. Περιγράφουν επίσης τη σημασία της συνέπειας και της επαγγελματικής παρακολούθησης της αρχικής επαφής. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να συμμετάσχουν σε άσκηση προσομοίωσης επικοινωνίας, αναλαμβάνοντας τον ρόλο στελέχους εξαγωγών που προσεγγίζει δυνητικό πελάτη. Αξιολογούν την επιλογή καναλιού, την ποιότητα του μηνύματος και την ανταπόκριση του συνομιλητή, με ανατροφοδότηση από την ομάδα και προτάσεις βελτίωσης.

2.1.E.5 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΕΠΑΦΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα προσφέρει μια ανάλυση των βασικών αρχών και τεχνικών που αφορούν τη δημιουργία, τη διατήρηση και την αξιοποίηση ενός πολυπολιτισμικού δικτύου επαφών στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τη σημασία των επαγγελματικών επαφών για την εμπορική ανάπτυξη, οργανώνουν στρατηγικές προσέγγισης ανά γεωγραφική και πολιτισμική περιοχή και διατυπώνουν πρακτικές διαχείρισης σχέσεων που λαμβάνουν υπόψη τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες. Προσδιορίζουν επίσης τους βασικούς κόμβους του δικτύου (π.χ.

συνεργάτες, διανομείς, εμπορικοί ακόλουθοι) και αναλύουν τον ρόλο τους στην προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπενότητας, εξετάζονται εργαλεία χαρτογράφησης δικτύου (network mapping), οι στρατηγικές διεύρυνσης του δικτύου επαφών μέσω εμπορικών εκθέσεων, συνεδρίων, εμπορικών επιμελητηρίων και διαδικτυακών πλατφορμών, όπως το LinkedIn, το Alibaba και το Kompass. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τη σημασία της πολιτισμικής νοημοσύνης, ερμηνεύουν στοιχεία όπως η στάση απέναντι στον χρόνο, η αξία της προσωπικής σχέσης και η στάση απέναντι στην εξουσία και στην ιεραρχία και περιγράφουν πώς αυτά επηρεάζουν τη δημιουργία εμπιστοσύνης. Επιπλέον, προσδιορίζουν τρόπους διατήρησης και ενεργοποίησης ενός διεθνούς εμπορικού δικτύου μέσα στον χρόνο. Η μαθησιακή υποεπενότητα εστιάζεται στη διαχείριση της πολυπολιτισμικής ποικιλομορφίας ως κρίσιμου παράγοντα επιτυχίας στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν μια συνειδητή προσέγγιση διαπολιτισμικής ευαισθησίας και αναγνωρίζουν πώς η ποιότητα και η συνέπεια της δικτύωσης ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να σχεδιάσουν ένα πολυπολιτισμικό δίκτυο επαφών για συγκεκριμένο τομέα (π.χ. τρόφιμα, τεχνολογία, τουρισμός), εντοπίζοντας βασικά πρόσωπα ανά χώρα και προτείνοντας τρόπους ενεργοποίησης των σχέσεων με ρεαλιστικά μέσα και κατάλληλη πολιτισμική προσαρμογή.

2.1.E.6 | ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΕΠΑΦΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Η μαθησιακή υποεπενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις δεξιότητες και τις πρακτικές που σχετίζονται με τη διαρκή ενημέρωση και τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου επαφών, προκειμένου να διατηρούνται ζωντανές και λειτουργικές οι εμπορικές συνεργασίες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν τις πληροφορίες ανά κατηγορία επαφής (πελάτης, εταίρος, διανομέας, σύμβουλος), καταχωρίζουν βασικά δεδομένα επικοινωνίας, ιστορικό σχέσεων και σημεία επαφής και περιγράφουν τρόπους περιοδικής ανανέωσης του ενδιαφέροντος και της δέσμευσης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπενότητας, εξετάζονται εργαλεία διαχείρισης επαφών, όπως ψηφιακά συστήματα CRM, προσωποποιημένα email, ετήσια πλάνα επικοινωνίας και ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τη σημασία της τμηματοποίησης του δικτύου και της προσαρμογής των μηνυμάτων ανά κατηγορία σχέσης. Περιγράφουν τεχνικές διατήρησης σχέσεων, όπως η τακτική ενημέρωση για εξελίξεις, η αποστολή στοχευμένων προτάσεων, η συμμετοχή σε κοινές δράσεις και η διατύπωση ευχαριστιών ή αναγνώρισης. Επιπλέον, ερμηνεύουν τη σημασία της συνέπειας και της ποιότητας στην επικοινωνία ως παράγοντα ενίσχυσης της αξιοπιστίας. Η μαθησιακή υποεπενότητα εστιάζεται στη μακροχρόνια συντήρηση επαφών ως βασικό παράγοντα διατήρησης της εμπορικής συνέχειας και της διάθεσης συνεργασίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν πότε απαιτείται άμεση ανανέωση της επαφής, πότε είναι σκόπιμη η παύση της επικοινωνίας και πώς η συστηματική

παρακολούθηση των σχέσεων οδηγεί στη δημιουργία ισχυρού δικτύου. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να σχεδιάσουν ένα αρχείο πελατειακής και εταιρικής επικοινωνίας για μια υποθετική ή πραγματική επιχείρηση. Το αρχείο προτείνεται να περιλαμβάνει χρονική αλληλουχία ενεργειών, είδη επικοινωνίας, υπεύθυνους παρακολούθησης και τρόπους ποιοτικής αξιολόγησης της διατήρησης της επαφής. Οι ομάδες παρουσιάζουν τις προσεγγίσεις τους και ανταλλάσσουν καλές πρακτικές.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παλταγιάν, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. & Αιγυπτιάδης, Α. (2021). *Διοίκηση διαδικασιών στο διεθνές εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.
2. Νικολέττη-Μορφίτου, Ρ. (2019). *Κατανοώντας τις πωλήσεις: Στοιχεύστε πελάτες, κλείστε συμφωνίες, κερδίστε με νέες πωλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Συμπληρωματικές

1. Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2020). *Μάρκετινγκ 4.0: Η μετάβαση από το παραδοσιακό στο ψηφιακό μάρκετινγκ* (μτφρ. Θ. Χαλιώτης & Π. Καναβός). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
2. Goleman, D. (2011). *Η συναισθηματική νοημοσύνη στον χώρο της εργασίας* (μτφρ. Φ. Μεγαλούδη). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

2.1.ΣΤ • ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ Ι

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η εν λόγω μαθησιακή ενότητα έχει ως στόχο την αποτελεσματική χρήση του προφορικού λόγου και την ανάπτυξη της ικανότητας γραφής και ανάγνωσης. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της γραμματικής και της σύνταξης της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ., και στον χειρισμό βασικού και εκτεταμένου λεξιλογίου. Μετά το πέρας της μαθησιακής ενότητας «Ξένη γλώσσα Ι, Αγγλικά», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τον προφορικό λόγο και να αναπτύσσουν την ικανότητα γραφής και ανάγνωσης,*

- Αναγνωρίζουν τη γραμματική και τη σύνταξη της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ.,
- Χειρίζονται βασικό και εκτεταμένο λεξιλόγιο.*

*(Ευρωπαϊκό Χαρτοφυλάκιο Γλωσσών – Επίπεδο B2).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Γλωσσική πολυμορφία / Εξαγλωσσικά στοιχεία / Επικοινωνιακή περίσταση / Επικοινωνιακοί στόχοι / Καθημερινός λόγος / Λεκτικά σήματα / Μεταγλωσσικές δεξιότητες / Μεταγνωστικές δεξιότητες / Μετάφραση κειμένου / Μορφοσυντακτικά στοιχεία / Παραγλωσσικά στοιχεία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΓΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ I
2	ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I
3	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I
4	ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΓΛΩΣΣΙΚΟΝΟΗΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I
5	ΛΕΚΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I
6	ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΧΡΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Κείμενο αναφοράς

2.1.ΣΤ.1 | ΕΓΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ I

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα ασχολείται με τον εγγραμματισμό στην αγγλική γλώσσα και την απόκτηση γνώσεων για τη μορφή, τη δομή και τις λειτουργίες της. Στο πλαίσιο της υποενότητας, αναπτύσσονται οι επικοινωνιακές ικανότητες των εκπαιδευομένων για τον καλύτερο χειρισμό των πληροφοριών και των γνώσεων, ώστε, ως επαγγελματίες, να συμμετέχουν ενεργά στο κοινωνικο-επαγγελματικό γίγνεσθαι. Καλλιεργούνται ο προφορικός και ο γραπτός λόγος για την πρόσληψη και την αξιοποίηση κάθε είδους πληροφορίας, γνώσης και άποψης σε προφορική και γραπτή μορφή. Έτσι, ο λόγος τους δομείται, οργανώνεται και τεκμηριώνεται για την έκφραση σκέψεων, συναισθημάτων και προσωπικών απόψεων, ώστε να ανταποκρίνεται σε κάθε επικοινωνιακή περίσταση της αγγλικής γλώσσας. Παρουσιάζονται στρατηγικές επικοινωνίας και κατάλληλες λεκτικές πράξεις για κάθε περίπτωση

επικοινωνίας. Αναπτύσσονται γνωστικές και κοινωνικές δεξιότητες για την επιλογή, τη συλλογή, την ταξινόμηση, την επεξεργασία και τη μεταβίβαση πληροφοριών στα αγγλικά, καθώς και δεξιότητες διά βίου μάθησης, συνεργασίας, διαπραγμάτευσης, λήψης αποφάσεων και αυτοπαρουσίασης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανακαλύπτουν τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ της αγγλικής και της ελληνικής γλώσσας. Αυτό συμβάλλει στην κατανόηση των δομικών, μορφοσυντακτικών και λειτουργικών στοιχείων των δύο γλωσσών συγκριτικά. Με αυτόν τον τρόπο αναπτύσσονται η ικανότητα έκφρασης ιδεών και απόψεων και η δυνατότητα υιοθέτησης διαφορετικών συμπεριφορών σε διάφορες επικοινωνιακές περιστάσεις. Με την απόκτηση επίγνωσης της γλωσσικής πολυμορφίας και της λειτουργίας της γλώσσας σε διαφορετικά περιβάλλοντα χρήσης του λόγου, η αγγλική γίνεται κατανοητή ως κώδικας επικοινωνίας, ενώ αναπτύσσονται μεταγλωσσικές και μεταγνωστικές δεξιότητες.

2.1.ΣΤ.2 | ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η εν λόγω μαθησιακή υποεπένδυση στοχεύει στην ανάπτυξη της ικανότητας των εκπαιδευόμενων να κατανοούν προφορικό και γραπτό λόγο στα αγγλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να διακρίνουν τις ρητές από τις υποδηλούμενες πληροφορίες. Μπορούν να κατανοήσουν ένα αγγλικό κείμενο με βάση τα συμφραζόμενα και τις πληροφορίες που δίνονται έμμεσα, καθώς και τον επικοινωνιακό στόχο σύντομων προφορικών φράσεων. Εντοπίζουν τις ουσιαστικότερες πληροφορίες από ένα προφορικό κείμενο και κατανοούν το λεξιλόγιο διαφορετικών γνωστικών αντικειμένων. Διακρίνουν τις απόψεις από τα γεγονότα, τις γενικές από τις ειδικές πληροφορίες και αναγνωρίζουν τα λεκτικά σήματα που υποδηλώνουν την αρχή, τη συνέχιση και το τέλος του αγγλικού λόγου. Επίσης, ερμηνεύουν τα κείμενα με βάση τις πληροφορίες ενός προφορικού ή γραπτού κειμένου και αντλούν πληροφορίες με βάση τα γλωσσικά, παραγλωσσικά και εξωγλωσσικά στοιχεία. Μελετούν αγγλικά κείμενα και κατανοούν το γενικό νόημα από τα συμφραζόμενα σε κείμενα ποικίλων γνωστικών αντικειμένων. Αναγνωρίζουν τα λεκτικά σήματα που υποδηλώνουν την αρχή, τη συνέχιση και το τέλος του γραπτού λόγου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις απόψεις από τα γεγονότα, τις γενικές από τις ειδικές πληροφορίες, καθώς και τις σημασιολογικές διαφορές που προκύπτουν από τη διαφορετική διάταξη ή μορφή του κειμένου και από τον διαφορετικό τονισμό ή επιτονισμό. Τέλος, αντλούν πληροφορίες από ένα γραπτό κείμενο και τις μεταδίδουν σε μορφή διαγράμματος, σχεδίου, πίνακα, γραφήματος ή τίτλων στα αγγλικά.

2.1.ΣΤ.3 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπένδυση εστιάζεται στην παραγωγή προφορικού και γραπτού λόγου στα αγγλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανταποκρίνονται στις πληροφορίες ενός προφορικού ή γραπτού κειμένου, ερμηνεύοντας και κάνοντας υποθέσεις και συνδυάζοντας γλωσσικά, παραγλωσσικά και εξωγλωσσικά στοιχεία, για να

κατανοήσουν τον συνομιλητή και να επικοινωνήσουν προφορικά με αυτόν. Για την επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων, παρουσιάζονται συνθετικές εργασίες για την υποστήριξη ιδεών, θέσεων και απόψεων με τρόπο κατανοητό, συγκροτημένο και εύληπτο. Αντλούνται πληροφορίες από αγγλικά γραπτά κείμενα και μεταδίδονται από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες σε μορφή διαγράμματος, σχεδίου, πίνακα, γραφήματος ή συνεχούς λόγου, με τρόπο άμεσο ή έμμεσο. Παράγεται γραπτός λόγος μετά από προσεκτικό σχεδιασμό και οργάνωση των πληροφοριών που πρόκειται να μεταδοθούν, με λογική αλληλουχία και με τη χρήση λεξιλογίου από διαφορετικά γνωστικά πεδία. Τέλος, χρησιμοποιούνται σωστά οι σύνδεσμοι και τα συνεκτικά στοιχεία της αγγλικής γλώσσας στον γραπτό λόγο, ώστε να είναι συνεκτικός. Για την επίτευξη των παραπάνω, συνιστώνται η δραματοποίηση και το παιχνίδι ρόλων σε συγκεκριμένα πλαίσια, όπως, για παράδειγμα, η γνωριμία εμπορικών αντιπροσώπων και οι συνευξείς με ανθρώπους διαφόρων εμπορικών και διεθνών οργανισμών. Παράγεται επικοινωνιακός λόγος με σκοπό την έκφραση παραπόνων, την πρόταση λύσεων και τη χρήση επίσημου και ανεπίσημου λόγου στα αγγλικά. Συνιστάται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εμπλέκονται σε συζητήσεις (debates) για θέματα όπως το ελεύθερο εμπόριο ή η λειτουργία καταστημάτων διασκέδασης στην Ελλάδα και σε αγγλόφωνες χώρες.

2.1.ΣΤ.4 | ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΓΛΩΣΣΙΚΟΝΟΗΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοούν και να παράγουν αγγλικό προφορικό λόγο σύμφωνα με διάφορες γνωστικές δεξιότητες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν στα αγγλικά την ύπαρξη ή την απουσία ατόμων, αντικειμένων, γεγονότων και καταστάσεων σε παιχνίδια παρατήρησης. Παρουσιάζονται διαφορετικές εμπορικές επιχειρήσεις και οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τα στοιχεία με τη βοήθεια εικονικών αναπαραστάσεων των δεδομένων σε χάρτες ή απεικονίσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμπλέκονται σε δραστηριότητες αφήγησης ενός εμπορικού γεγονότος ή ενός γνωστού προσώπου από τον χώρο του εμπορίου και της αγοράς, με συνεχείς αναφορές στο παρελθόν και εκφορές που φανερώνουν τη συνέχεια ή την αλληλουχία γεγονότων. Συνιστάται η αναπαράσταση της αγοράς προϊόντων μέσα από παιχνίδι ρόλων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες απαριθμούν αντικείμενα και άτομα και συνθέτουν διαλόγους σχετικούς με την αγορά ενός προϊόντος, ενώ κάνουν σχόλια για τις τιμές ή τα είδη των εμπορευμάτων. Περιγράφονται αντικείμενα που βρίσκονται σε μια διεθνή εμπορική έκθεση, με έμφαση στα προϊόντα, στα υλικά, στις μυρωδιές και στα σχόλια των επισκεπτών για τη χρησιμότητα των αντικειμένων. Προτείνεται μια εικονική ή πραγματική ξενάγηση σε κάποια διεθνή εμπορική έκθεση με τη χρήση αφηγηματικού λόγου και με τη μορφή οδηγιών για το τι μπορεί κάποιος να κάνει εκεί. Συλλέγονται πληροφορίες από αγγλόφωνα περιοδικά εμπορικών οργανισμών, καθώς και από επιστημονικές πηγές, όπως έρευνες και δημο-

σκοπήσεις, και αποτυπώνονται σε γραπτή μορφή με συγκριτικές παρατηρήσεις στις τελικές αναφορές των εκπαιδευομένων. Τέλος, συλλέγονται πληροφορίες από αγγλικές ιστοσελίδες για μια προσωπικότητα του διεθνούς εμπορίου, π.χ. τον Μπιλ Γκέιτς, καταγράφονται στοιχεία και παρουσιάζεται η εν λόγω προσωπικότητα με σχόλια για τη στάση της σε διεθνή εμπορικά θέματα.

2.1.ΣΤ.5 | ΛΕΚΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπενότητα εστιάζεται στις λεκτικές πράξεις της αγγλικής γλώσσας για την καλύτερη κατανόηση γραπτών και προφορικών κειμένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλαμβάνουν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους ως στελέχη διεθνούς εμπορίου, να παρουσιάσουν τον χώρο και τις συνθήκες εργασίας τους και να συστήσουν συνεργάτες. Παίζουν παιχνίδια ρόλων, στα οποία υποδύονται μέλη μιας εμπορικής επιχείρησης που αντιμετωπίζουν ένα πρόβλημα και παίρνουν θέση επάνω σε αυτό με βάση τον ρόλο τους. Οργανώνουν εκθέσεις εμπορικών προϊόντων από διάφορες αγγλόφωνες χώρες. Συλλέγουν πληροφορίες, πλοηγούνται σε ιστοσελίδες εταιρειών στο Διαδίκτυο, συγκεντρώνουν πληροφορίες για το ίδιο προϊόν από διαφορετικές χώρες και δημιουργούν προσκλήσεις στα αγγλικά για τη συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις. Οργανώνουν μια εικονική επίσκεψη σε διεθνή εμπορική έκθεση και συγκεντρώνουν πληροφορίες για τον τόπο, τη διαμονή, τα αξιοθέατα και το ταξίδι και συζητούν για τις καλύτερες και οικονομικότερες λύσεις. Έπειτα, κάθε εκπαιδευόμενος/-η κάνει προτάσεις και το σύνολο της τάξης συζητά τις καλύτερες επιλογές. Στη συνέχεια, παρουσιάζουν ένα συγκεκριμένο προϊόν, περιγράφουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και παρουσιάζουν τον εμπορικό αντίκτυπο, καθώς και τα σχόλια των καταναλωτών. Ακολουθεί συζήτηση κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκφράζουν τις διαφορετικές απόψεις τους για την αξία του προϊόντος. Τέλος, διεξάγονται διάλογοι με διάφορους επικοινωνιακούς στόχους, όπως το να ζητήσει κάποιος βοήθεια για να παραγγείλει ένα προϊόν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, να ζητήσει οδηγίες για το πώς θα κινηθεί σε ένα δημόσιο κτήριο ή να εκφράσει ανησυχία για την ποιότητα ενός προϊόντος.

2.1.ΣΤ.6 | ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΧΡΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η εν λόγω μαθησιακή υποεπενότητα περιγράφει την παράλληλη χρήση της ελληνικής και της αγγλικής γλώσσας σε ένα διεθνές εμπορικό πλαίσιο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μεταφέρουν στα ελληνικά το βασικό μήνυμα ενός προφορικού ή γραπτού αγγλικού κειμένου. Παράγουν ένα σύντομο γραπτό εμπορικό κείμενο στη μία γλώσσα, με αφετηρία ένα γραπτό ή προφορικό κείμενο στην άλλη γλώσσα. Εντοπίζουν στο κείμενο της μίας γλώσσας πληροφορίες που αφορούν έναν συγκεκριμένο επικοινωνιακό στόχο και τις χρησιμοποιούν, προκειμένου να ανταποκριθούν στον στόχο τους, μιλώντας ή γράφοντας στην άλλη γλώσσα. Μέσω της συγκριτικής μελέτης δύο παρόμοιων κειμένων, του ενός στα ελληνικά και του άλλου στα αγγλικά, εντοπίζονται παράλληλα

ή αντικρουόμενα μηνύματα. Συνιστάται η χρήση ενός κειμένου γραμμένου στη μία γλώσσα για την παραγωγή ενός παρόμοιου στην άλλη γλώσσα, με διαφορετικές πληροφορίες. Γίνεται μεταφορά του επικοινωνιακού στόχου ενός μηνύματος, μιας ιδέας, ενός σχολίου ή της γνώμης ενός ατόμου από τη μία γλώσσα στην άλλη. Μεταφέρονται από τη μία γλώσσα στην άλλη αντίστοιχες εκφράσεις, ευχές, ρητά, όροι κ.λπ., με σημασιολογική και πραγματολογική αντιστοιχία. Συνιστάται η μετάφραση κειμένων, ευθεία και αντίστροφη, για τη συγκέντρωση πληροφοριών για τη διοργάνωση μιας διεθνούς εμπορικής έκθεσης στην πόλη των εκπαιδευομένων. Με αυτόν τον τρόπο, γίνεται συλλογή πληροφοριών από το Διαδίκτυο για παρόμοιες διοργανώσεις σε άλλες πόλεις του εξωτερικού από επιστημονικούς φορείς, ελληνικούς και αγγλόφωνους, και στο τέλος εξάγονται συμπεράσματα, τα οποία αποστέλλονται στους αρμόδιους ελληνικούς φορείς στο πλαίσιο άσκησης του ρόλου εμπορικής εκπροσώπησης.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Anthony, L. (2018). *Introducing English for specific purposes*. New York: Routledge.
2. Μόρμορη, Π., Σιβρίδου, Φ. & Τόμπρου, Χ. (2013). *Intermediate Business English*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.

Συμπληρωματικές

1. Chan, M. (2020). *English for business communication*. New York: Routledge.
2. Taylor, J. & Zeter, J. (χ.χ.). *Career paths: Business English – Student's book with DigiBooks app*. Newbury: Express Publishing.

2.1.2 • ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ Ι

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Ξένη γλώσσα Ι, Γαλλικά» έχει ως στόχο την αποτελεσματική χρήση του προφορικού λόγου και την ανάπτυξη της ικανότητας γραφής και ανάγνωσης. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της γραμματικής και της σύνταξης της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ., και στον χειρισμό βασικού και εκτεταμένου λεξιλογίου. Μετά το πέρας της μαθησιακής ενότητας «Ξένη γλώσσα Ι, Γαλλικά», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τον προφορικό λόγο και να αναπτύσσουν την ικανότητα γραφής και ανάγνωσης,
- Αναγνωρίζουν τη γραμματική και τη σύνταξη της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ.,

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Actes de parole / Activités d'apprentissage / Communication orale / Conversation informelle / Communication écrite / Compétences communicatives / Comportement professionnel / Formules de politesse / Grammaire française / Approche communicative / Lexique français / Registre de langue.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
2	ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ I
3	ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ I
4	ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ I
5	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ ΛΕΞΙΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I
6	ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ
7	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Z.1 | ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με πολιτισμικά στοιχεία, η γνώση των οποίων είναι απαραίτητη για την επίτευξη αποτελεσματικής επικοινωνίας με γαλλόφωνο κοινό. Μέσα από τη μελέτη ποικίλων διαλόγων στα γαλλικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται, αρχικά, ότι ο κατάλληλος χαιρετισμός είναι θεμελιώδης. Σε γαλλόφωνα περιβάλλοντα, είναι τυπικό να ξεκινά κανείς με ένα ευγενικό “Bonjour” (καλημέρα) ή “Bonsoir” (καλησπέρα), ανάλογα με την ώρα της ημέρας, καθώς θεωρείται αγενές να παραλειφθεί ο χαιρετισμός. Στη συνέχεια, η υποενότητα καλύπτει πτυχές της διαπολιτισμικής επικοινωνίας, όπως η

έκφραση ευγένειας, καθώς η τήρηση των τύπων είναι πολύ σημαντική. Υπογραμμίζεται η σημασία της κατανόησης των πολιτισμικών διαφορών και της ανάλογης προσαρμογής της επικοινωνίας. Αναλύονται ο τρόπος σύστασης και παρουσίασης (se présenter), η αποφυγή υπερβολικά οικείων προσφωνήσεων και η κατάλληλη επιλογή ανάμεσα στον ενικό οικειότητας και στον πληθυντικό ευγενείας (tuoyer et vouvoyer), ανάλογα με την επικοινωνιακή κατάσταση. Αναφέρονται θέματα συζήτησης που πρέπει να αποφεύγονται, όπως η πολιτική και η θρησκεία, και εκείνα που θεωρούνται αποδεκτά, όπως η κουλτούρα και η γαστρονομία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται σε δεξιότητες επικοινωνίας, τόσο λεκτικές όσο και μη λεκτικές, στην ενεργητική ακρόαση και σε μεθόδους ανατροφοδότησης και ενθαρρύνονται να ξεκινούν συζήτηση με άτομα που μόλις γνώρισαν, μέσω της εξοικειώσής τους με τη χρήση γαλλικών εκφράσεων και λέξεων που χρησιμοποιούνται ευρέως στην καθημερινότητα. Τέλος, αντιλαμβάνονται ότι είναι σημαντικό να κλείνουν τη συζήτηση με ευγένεια και να εκφράζουν ευχαρίστηση για την ευκαιρία να συνομιλήσουν με έναν/μία γαλλόφωνο/-η πελάτη/-ισσα ή συνεργάτη/-ιδα.

2.1.Z.2 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ I

Οι βασικές γλωσσικές πράξεις (actes de parole) αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της εκμάθησης της γαλλικής γλώσσας, καθώς επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να επικοινωνούν με σαφήνεια και ευκολία σε καθημερινές περιστάσεις. Στην παρούσα υποενότητα, η διδασκαλία επικεντρώνεται στις θεμελιώδεις επικοινωνιακές ανάγκες, ξεκινώντας από την αυτοπαρουσίαση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν εκφράσεις όπως «Ονομάζομαι...» (“Je m’appelle...”), «Είμαι ... χρόνων» (“J’ai... ans”) και «Είμαι σπουδαστής/-τρια» (“Je suis étudiant[e]”), ενώ παράλληλα εξασκούνται σε ερωτήσεις όπως «Πώς ονομάζεσαι;» (“Comment tu t’appelles?”) και «Πόσων χρονών είσαι;» (“Quel âge as-tu?”). Στη συνέχεια, η υποενότητα επικεντρώνεται σε καθημερινές γλωσσικές πράξεις απαραίτητες για την επικοινωνία σε πραγματικές συνθήκες, όπως ο τρόπος με τον οποίο ζητούμε πληροφορίες, εκφράζουμε επιθυμίες και πραγματοποιούμε απλές συναλλαγές, χρησιμοποιώντας εκφράσεις όπως «Θα ήθελα...» (“Je voudrais...”) και «Πόσο κοστίζει...;» (“Combien ça coûte?”). Παράλληλα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν εκφράσεις όπως «Ευχαρίστως» (“Avec plaisir”) και «Λυπάμαι, αλλά δεν μπορώ» (“Désolé[e], mais je ne peux pas”), ώστε να απαντούν θετικά ή αρνητικά σε προτάσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται επίσης σε φράσεις όπως «Μπορείτε να με βοηθήσετε;» (“Pouvez-vous m’aider?”), καθώς και στην έκφραση βασικών συναισθημάτων, όπως «Είμαι χαρούμενος/-η» (“Je suis content[e]”) και «Είμαι κουρασμένος/-η» (“Je suis fatigué[e]”). Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες στην κατανόηση απλών κειμένων και στην παραγωγή βασικών προτάσεων, περιγράφοντας την οικογένειά τους, τις συνθήκες διαβίωσης, τις σπουδές ή την εργασία τους (décrire sa famille, ses conditions de vie, sa formation, son travail actuel), μέσα από πρακτικές ασκήσεις και προσομοιώσεις καθημερινών διαλόγων.

2.1.Z.3 | ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ I

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στον ρόλο της προφορικής επικοινωνίας στη γαλλική γλώσσα σε ποικίλες περιστάσεις επαγγελματικού και εμπορικού χαρακτήρα. Αρχικά, καθώς η ανάπτυξη καλών πρακτικών για την αποτελεσματική επικοινωνία είναι καίριας σημασίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλλιεργούν δεξιότητες όπως η ευγένεια (*politesse*), η εμπιστοσύνη (*confiance*) και η επαγγελματική συμπεριφορά (*comportement professionnel*). Οι γαλλόφωνοι/-ες πελάτες/-ισσες ανταποκρίνονται σε έναν ευγενικό και φιλικό τρόπο επικοινωνίας, οπότε είναι σημαντικό να καλλιεργηθούν αυτές οι πρακτικές στους/στις εκπαιδευομένους/-ες. Στη συνέχεια, εξετάζονται και αναλύονται σενάρια επικοινωνίας (*scénarios de communication*), μέσω των οποίων οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασκούνται στο πώς να επικοινωνούν αποτελεσματικά με γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες ή συνεργάτες/-ιδες. Στο πλαίσιο αυτό, για να αποκτηθούν δεξιότητες προφορικής επικοινωνίας, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην προφορά (*prononciation*), καθώς η ορθή εκφορά της γαλλικής γλώσσας είναι ουσιώδης, διότι βοηθά στην αποφυγή παρεξηγήσεων και ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών/-ισσών. Ο ρόλος της γαλλικής γλώσσας είναι αναμφίβολα σημαντικός, καθώς, παρότι πολλοί/-ές γαλλόφωνοι/-ες πελάτες/-ισσες μιλούν αγγλικά, η χρήση της μητρικής τους γλώσσας ενισχύει τη σύνδεσή τους με τον συνομιλητή και την εμπιστοσύνη τους. Συνολικά, η συγκεκριμένη υποενότητα έχει ως στόχο να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για την αποτελεσματική προφορική επικοινωνία με γαλλόφωνο κοινό και την καλύτερη προετοιμασία για την εκμάθηση ορολογίας σχετικής με την επικοινωνία στον χώρο του εμπορίου, με έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις (*relations interpersonnelles*).

2.1.Z.4 | ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ I

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, η διδασκαλία εστιάζεται στην επικοινωνιακή προσέγγιση της γαλλικής γλώσσας. Η εκμάθηση βασίζεται σε πραγματικές επικοινωνιακές περιστάσεις, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αλληλεπιδρούν με άλλα άτομα μέσα σε ένα διεθνές εμπορικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται τεχνικές επικοινωνιακών δεξιοτήτων (*compétences communicatives*) στα γαλλικά, με στόχο την αποτελεσματικότερη χρήση της γλώσσας και την ενίσχυση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων για επαγγελματικούς λόγους. Επίσης, δίνεται έμφαση στη διαχείριση συζήτησης με διεθνές ακροατήριο, ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι διαπολιτισμικές διαφορές (*différences interculturelles*). Αναπτύσσονται οι απαιτούμενες δεξιότητες για μια φυσική προσέγγιση στην εκμάθηση γλωσσών και στην απόκτηση βασικού λεξιλογίου (*acquisition de vocabulaire de base*). Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η τεχνική του παιχνιδιού ρόλων (*jeu de rôle*), κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ανά ζεύγη, αναπαράγουν στην τάξη σύντομους διαλόγους στη γαλλική γλώσσα, μέσω των οποίων επιδιώκεται η βελτίωση της προφορικής επικοινωνίας, της προφοράς (*prononciation*) και των βασικών συντακτικών δομών των προτάσε-

ων που χρησιμοποιούνται. Η εν λόγω υποεπάρκεια συμβάλλει, με αυτόν τον τρόπο, στην καλύτερη προετοιμασία των εκπαιδευομένων, ώστε να σταδιοδρομήσουν στο μέλλον στον χώρο του διεθνούς εμπορίου, διότι δίνει έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις (relations interpersonnelles). Για τον σκοπό αυτόν, αναλύονται και αξιοποιούνται λέξεις ή φράσεις της αργκό (argot) και παραγλωσσικά στοιχεία (éléments paralinguistiques), όπως η γλώσσα του σώματος (langage corporel).

2.1.Z.5 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ ΛΕΞΙΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ I

Η παρούσα υποεπάρκεια επικεντρώνεται στις θεμελιώδεις γραμματικές δομές και στη χρήση των βασικών χρόνων της γαλλικής, παρέχοντας στους/στις εκπαιδευομένους/-ες μια βάση για την κατανόηση και την εφαρμογή τους. Γίνεται εισαγωγή στον ενεστώτα (présent) μέσω φράσεων και προτάσεων που περιγράφουν συνήθειες, γεγονότα και καταστάσεις, ενώ παράλληλα εξετάζονται τα βοηθητικά ρήματα (être, avoir) και η κλίση συχνά χρησιμοποιούμενων ρημάτων, όπως aller, venir, faire και prendre. Στη συνέχεια, γίνεται η διάκριση μεταξύ του passé composé και του imparfait, χρόνων που συχνά συγχέονται, καθώς το passé composé χρησιμοποιείται για ολοκληρωμένα γεγονότα με σαφές χρονικό πλαίσιο και μεμονωμένες στιγμές του παρελθόντος, ενώ το imparfait αφορά επαναλαμβανόμενες συνήθειες και γενικές περιγραφές στο παρελθοντικό πλαίσιο μιας αφήγησης. Μέσα από συγκριτικές ασκήσεις, χρονικά επιρρήματα που συνοδεύουν τους δύο χρόνους (hier, soudain, autrefois, toujours, souvent) και παραδείγματα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες επιλέγουν τον κατάλληλο χρόνο ανάλογα με την επικοινωνιακή περίπτωση. Σε επίπεδο λεξιλογίου, η υποεπάρκεια καλύπτει θεματικές σχετικές με την καθημερινή ζωή, εμπλουτίζοντας το λεξιλόγιο σε τομείς όπως οι τόποι (lieux, commerces, gare, hôtel), τα μέσα μεταφοράς (moyens de transport, train, bus, métro), οι καθημερινές δραστηριότητες και η επαγγελματική ζωή, καθώς και τα αντικείμενα καθημερινής χρήσης. Επιπλέον, δίνεται έμφαση στην περιγραφή ανθρώπων και χώρων (décrire une personne, un lieu), μέσω λεξιλογίου που σχετίζεται με την εμφάνιση, τον χαρακτήρα, τα χρώματα και τις διαστάσεις. Η υποεπάρκεια ολοκληρώνεται με ασκήσεις που στοχεύουν στην ενίσχυση της γλωσσικής παραγωγής και της κατανόησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως η συμπλήρωση προτάσεων με τους σωστούς χρόνους, η δημιουργία σύντομων διαλόγων, η αφήγηση εμπειριών και ιστοριών, καθώς και η αναπαραγωγή σύντομων περιγραφών χώρων και ανθρώπων.

2.1.Z.6 | ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ

Η εν λόγω υποεπάρκεια εστιάζεται στις βασικές δεξιότητες που απαιτούνται για τη γραπτή επικοινωνία και τη διατήρηση ικανοποιημένων γαλλόφωνων πελατών/-ισσών στους τομείς του διεθνούς εμπορίου και των επιχειρήσεων. Καλλιεργούνται δεξιότητες σαφούς και κατανοητής γραπτής επικοινωνίας και δίνεται έμφαση στη χρήση καλά δομημένων φράσεων με συνοχή και λογική σειρά ιδεών, ώστε οι συ-

νεργάτες/-ιδες να μπορούν να κατανοήσουν εύκολα το μήνυμα χωρίς περιττή πολυπλοκότητα. Δίνεται έμφαση στην ορθογραφία και στη γραμματική, καθώς ακόμη και μικρά λάθη μπορούν να προκαλέσουν παρεξηγήσεις ή να προβάλλουν αρνητική εικόνα. Δίνεται έμφαση στην ευγενική έκφραση και στη διάθεση εξυπηρέτησης στη γραπτή επικοινωνία, καθώς είναι στοιχεία που οι πελάτες/-ισσες ή οι συνεργάτες/-ιδες εκτιμούν κατά την ανταπόκριση στις ερωτήσεις και στα αιτήματά τους. Επιπλέον, αναλύονται ο επαγγελματισμός και η αξιοπιστία που πρέπει να αντανακλά η γραπτή επικοινωνία, καθώς οι συναλλασσόμενοι/-ες πρέπει να αισθάνονται ότι μπορούν να εμπιστευτούν τις πληροφορίες που τους παρέχονται γραπτώς. Τέλος, καλλιεργούνται συγκεκριμένες δεξιότητες σύνταξης επαγγελματικών ηλεκτρονικών μηνυμάτων και συνοπτικής και εύστοχης γραφής στα γαλλικά, με περιγραφή των βημάτων που πρέπει να ακολουθούνται και του ανάλογου γλωσσικού ύφους που επιβάλλεται να χρησιμοποιείται (*formules de politesse, registre de langue*). Συνοψίζοντας την υποενότητα, επισημαίνεται ότι στόχος της είναι η καλλιέργεια δεξιοτήτων γραπτής επικοινωνίας με γαλλόφωνο κοινό, με εστίαση στην ορθογραφία, στη γραμματική, στη σαφήνεια, στην ευγένεια, στον επαγγελματισμό και στην αξιοπιστία.

2.1.Z.7 | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η χρήση της γαλλικής γλώσσας κατά τη διάρκεια συλλογικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στο πεδίο του διεθνούς εμπορίου ενισχύει τη μάθηση και την επικοινωνία μεταξύ των εκπαιδευομένων, καθώς και την αυτοπεποίθησή τους ως προς την ορθή χρήση της γαλλικής γλώσσας στο επαγγελματικό τους περιβάλλον. Αρχικά, οργανώνονται ομαδικές συζητήσεις σε μικρές ομάδες σχετικά με θέματα που αφορούν το διεθνές εμπόριο, τις εμπορικές σχέσεις και τις αγορές γαλλόφωνων χωρών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν τη γαλλική γλώσσα για την επικοινωνία τους και την ανταλλαγή απόψεων, ενώ η διάδραση διευκολύνεται μέσω παιχνιδιών ρόλων, στα οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσομοιώνουν καταστάσεις που σχετίζονται με το εμπόριο, όπως διαπραγματεύσεις, παραγγελίες και επίλυση εμπορικών διαφορών, με διαρκή ενθάρρυνση της επικοινωνίας στα γαλλικά. Στη συνέχεια, ο/η εκπαιδευτής/-τρια διοργανώνει διαγωνισμούς γνώσεων σχετικά με τις αγορές και τις επιχειρηματικές πρακτικές στη γαλλική γλώσσα, μέσω ερωτήσεων που τίθενται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες, σε ομάδες ή ατομικά. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η μέθοδος *project*, κατά την οποία ζητείται από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να δημιουργήσουν παρουσιάσεις για γαλλικές επιχειρήσεις ή προϊόντα που είναι δημοφιλή στη διεθνή αγορά, να τα παρουσιάσουν στην τάξη στη γαλλική γλώσσα και να δώσουν πληροφορίες σχετικά με τη στρατηγική τους και τις εμπορικές τους πρακτικές. Παράλληλα, πραγματοποιούνται δραστηριότητες ακουστικής κατανόησης, κατά τις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στην αναγνώριση των χρόνων μέσα από σύντομα ηχητικά αποσπάσματα ή διαλόγους. Μέσα από αυτή τη βιωματική και επικοινωνιακή προσέγγιση, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν αυτοπεποίθηση

στη χρήση των χρόνων και αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για τη σωστή χρήση της γλώσσας στον προφορικό και στον γραπτό λόγο. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενισχύουν την επικοινωνία τους στη γαλλική γλώσσα και εξασκούνται στην προσομοίωση πραγματικών καταστάσεων που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν κατά την εργασία τους σε διεθνείς εμπορικές εταιρείες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Siréjols, E. & Tempesta, G. (2020). *Pratique grammaire A1/A2: 640 exercices avec règles, corrigés inclus*. Paris: CLE International.
2. Jégou, D. & Rosillo, M. P. (2025). *Quartier d'affaires – Niveau A1 – Livre de l'élève* (2e édition). Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Penfornis, J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires- Niveau intermédiaire*. Paris: CLE International.
2. Penfornis, J.-L. (2002). *Français.com: Méthode de français professionnel et des affaires*. Paris: CLE International.

2.1.Η • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα» έχει ως στόχο να μετουσιώσει τις θεωρητικές γνώσεις των εκπαιδευομένων σε πρακτική εφαρμογή, μέσω προσομοιωμένων σχεδίων εργασίας (project) και πραγματικών μοντελοποιημένων σεναρίων. Εκτός από το ενδεικτικό περιεχόμενο του μαθήματος και τους τίτλους των μαθησιακών υποενοτήτων που παρατίθενται, προτείνεται η ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον/την υπεύθυνο/-η εκπαιδευτή/-τρια είτε με τη μορφή σχεδίου εργασίας (project) είτε με τη μορφή μελέτης περίπτωσης (case study). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πραγματικά θέματα και προβλήματα που άπτονται του διεθνούς εμπορίου και του επιχειρείν και παρουσιάζουν τα συμπεράσματά τους. Προτείνονται επίσης εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις εμπορικού ενδιαφέροντος, καθώς και σε επαγγελματικούς φορείς και ενώσεις. Με την ολοκλήρωση της μαθησιακής ενότητας με τίτλο «Πρακτική εφαρμογή στην ειδικότητα», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν το εμπορικό και επιχειρησιακό περιβάλλον των εισαγωγικών και εξαγωγικών επιχειρήσεων, εμβαθύνοντας στον συντονισμό των υπηρεσιών υποστήριξης και στη διαχείριση σχέσεων σε πολυπολιτισμικό περιβάλλον.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν στην πράξη και να έχουν σαφή αντίληψη του περιεχομένου της έννοιας του διεθνούς εμπορίου και του περιβάλλοντος στο οποίο αυτό διεξάγεται,
- Αναδεικνύουν τη σπουδαιότητα της αειφόρου ανάπτυξης της επιχείρησης σε διεθνές επίπεδο μέσω της εμπορευματοποίησης αγαθών ή και υπηρεσιών στις ξένες αγορές,
- Αναγνωρίζουν τις λειτουργίες της εξαγωγικής επιχείρησης, καθώς και τις διαδικασίες συντονισμού των διεθνών εργασιών και συνεργασίας με τους εξωτερικούς εταίρους,
- Προσδιορίζουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται καθημερινά από τα διοικητικά στελέχη στις εμπορικές επιχειρήσεις,
- Ερμηνεύουν το εμπορικό και επιχειρησιακό περιβάλλον των εισαγωγικών και εξαγωγικών επιχειρήσεων στο οποίο θα δραστηριοποιηθούν,
- Εμβαθύνουν στον συντονισμό των υπηρεσιών υποστήριξης στο εσωτερικό και στο εξωτερικό και στη διαχείριση σχέσεων σε πολυπολιτισμικό περιβάλλον.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Εξαγωγικές στρατηγικές / Εφοδιαστική αλυσίδα / Διεθνείς διαπραγματεύσεις / Χρηματοδότηση εξαγωγών / Διεθνείς συμβάσεις / Καινοτομία στο διεθνές εμπόριο / Ρήτρες εξαγωγών / Ψηφιακή καινοτομία επιχειρήσεων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ
2	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ
3	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
4	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
5	ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ
6	ΨΗΦΙΑΚΗ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Η.1 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη διαδικασία σχεδιασμού εξαγωγικών στρατηγικών, λαμβάνοντας υπόψη το εμπορικό περιβάλλον,

τους νομικούς περιορισμούς και τις διεθνείς τάσεις. Αναλύουν τις αγορές-στόχους, αξιολογούν πιθανούς εμπορικούς εταίρους και καθορίζουν τις πλέον αποδοτικές διδρομές εξαγωγής. Μέσα από προσομοιωμένες μελέτες περίπτωσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, να εμβαθύνουν στις βασικές λειτουργίες του διεθνούς εμπορίου, να εφαρμόσουν εργαλεία στρατηγικού σχεδιασμού, διαχείρισης κινδύνων, νομικής ανάλυσης, ψηφιακής καινοτομίας και επικοινωνίας και να προτείνουν ρεαλιστικές λύσεις. Παράλληλα, χρησιμοποιούν εργαλεία ανάλυσης αγοράς, όπως SWOT και PESTEL, για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Ως άσκηση, διατυπώνουν ένα όραμα για μια επιχείρηση με την επωνυμία BIO-MELI Hellas, το οποίο διαμορφώνεται ως εξής: το ελληνικό βιολογικό μέλι καθίσταται σημείο αναφοράς στη διεθνή αγορά, αποτελώντας πρότυπο ποιοτικής, περιβαλλοντικά υπεύθυνης και πολιτισμικά αυθεντικής διατροφής, με αρχικό στόχο τη διείσδυση στη σουηδική αγορά. Προχωρούν σε ανάλυση του προϊόντος ως προς τα μοναδικά χαρακτηριστικά, την ποιότητα και τη συσκευασία του. Για παράδειγμα, το BIO-MELI είναι 100% ελληνικό βιολογικό μέλι, διαθέτει πιστοποίηση της BIO HELLAS, ενώ η συσκευασία του είναι φιλική προς το περιβάλλον και έχει σύγχρονο σχεδιασμό. Δημιουργούν ανάλυση SWOT, προσδιορίζοντας ως δυνατά σημεία την ποιότητα και την πιστοποίηση του προϊόντος και τη σύνδεσή του με τη μεσογειακή διατροφή. Ως αδύναμα σημεία χαρακτηρίζονται η χαμηλή αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος (brand) και η μικρή παραγωγική δυνατότητα. Ως ευκαιρία προσδιορίζεται η αυξανόμενη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα ανώτερης κατηγορίας (premium), ενώ ως απειλή προσδιορίζεται ο έντονος ανταγωνισμός. Τέλος, επιλέγουν μικτή στρατηγική, δηλαδή συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business, B2B) με διανομέα, ώστε να εξασφαλίζεται σταθερή παρουσία σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων, και ταυτόχρονα προσέγγιση επιχείρησης προς καταναλωτή (Business-to-Consumer, B2C) μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop).

2.1.Η.2 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τις διαδικασίες εισαγωγής προϊόντων και πρώτων υλών –από την επιλογή προμηθευτών έως τη διανομή– σύμφωνα με τη διεθνή νομοθεσία. Κατανοούν τις τελωνειακές διαδικασίες, τους κανόνες δασμολόγησης και τις διεθνείς συμφωνίες που επηρεάζουν το εμπόριο. Μελετούν τρόπους εξασφάλισης προνομιακών τιμών και ποιοτικών προμηθειών, ενώ παράλληλα εξασκούνται στη χρήση πληροφοριακών συστημάτων διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Επιπλέον, εξετάζουν τις δυνατότητες εφαρμογής βιώσιμων πρακτικών στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Για την καλύτερη απόδοση του θεωρητικού πλαισίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ως υποψήφια στελέχη διεθνούς εμπορίου, εφαρμόζουν έμπρακτα τις γνώσεις αυτές και αναπτύσσουν αντίστοιχες ικανότητες και δεξιότητες μέσα από διαφορετικά παραδείγματα. Ως άσκηση, ασχολούνται με τη διανομή του προϊόντος και την επιλογή κατάλληλων μεθόδων μεταφο-

ράς, θαλάσσιας, οδικής ή αεροπορικής, εξηγώντας τα πλεονεκτήματα κάθε επιλογής. Για παράδειγμα, επιλέγουν τη θαλάσσια μεταφορά μέσω του λιμένα του Πειραιά προς το λιμάνι του Γκέτεμποργκ, αναδεικνύοντας ως βασικά πλεονεκτήματα το χαμηλό κόστος και τη δυνατότητα μεταφοράς μεγάλου όγκου εμπορευμάτων. Στη συνέχεια, περιγράφουν τη ροή της εφοδιαστικής αλυσίδας και την αναπαριστούν μέσω διαγραμμάτων, ενώ χαρτογραφούν την ιδανική διαδρομή μεταφοράς και περιγράφουν τις βασικές θέσεις αποθήκευσης και διανομής στη Σουηδία. Για παράδειγμα, ορίζουν ως σημεία-κλειδιά την αποθήκη BIO-MELI στην Πελοπόννησο → συνεργαζόμενη μεταφορική επιχείρηση στον Πειραιά → εξαγωγή με εμπορευματοκιβώτιο (container) → παραλαβή στο λιμάνι του Γκέτεμποργκ → μεταφορά προς κέντρο εφοδιαστικής (logistics hub) στη Στοκχόλμη → τελική διανομή σε καταστήματα ή μέσω τοπικού μεταφορέα. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνουν το κατάλληλο σύστημα Σχεδιασμού Επιχειρησιακών Πόρων (Enterprise Resource Planning, ERP) για την παρακολούθηση αποθεμάτων και παραγγελιών, προτείνοντας το Odoo, λογισμικό ανοιχτού κώδικα, το οποίο θεωρείται κατάλληλο για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως η επιχείρηση του παραδείγματος.

2.1.H.3 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες διαχείρισης διεθνών εμπορικών διαπραγματεύσεων, κατανοώντας τις πολιτισμικές διαφορές και τις τεχνικές επικοινωνίας. Μέσα από πρακτικά σενάρια, αναπτύσσουν ικανότητες αποτελεσματικής επικοινωνίας, προετοιμασίας και στρατηγικής διαπραγμάτευσης, εφαρμόζοντας αρχές της διεθνούς επιχειρηματικής εθιμοτυπίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη γλώσσα των συμβάσεων, στη χρήση διερμηνείας και στη διαχείριση συγκρούσεων. Στο προηγούμενο σενάριο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να υποθέσουν ότι ο/η υπεύθυνος/-η εξαγωγών της BIO-MELI ετοιμάζεται για συνάντηση με εκπρόσωπο της σουηδικής αλυσίδας “GRÖNASMAKER”. Καλούνται να δημιουργήσουν ένα σενάριο διαπραγμάτευσης με τους ρόλους του αγοραστή και του πωλητή, τους οποίους μπορούν να εναλλάσσουν, να περιγράψουν πώς εφαρμόζεται η αμοιβαία επωφελής στρατηγική (win-win), κατά την οποία το τελικό αποτέλεσμα καθορίζεται από τον βαθμό ικανοποίησης των στόχων και των δύο πλευρών, και να προτείνουν κοινά επωφελείς λύσεις, όπως η παροχή δωρεάν δειγμάτων και ο εγγυημένος χρόνος παράδοσης. Παράλληλα, αναφέρουν τουλάχιστον τρεις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες της επιχειρηματικής επικοινωνίας με σουηδικές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, σημαντικά στοιχεία θεωρούνται η τήρηση του χρόνου, η σαφής επικοινωνία χωρίς υπερβολές, η αποφυγή πίεσης και η γραπτή επιβεβαίωση των συμφωνιών. Κατά τη διαπραγμάτευση μπορεί να πραγματοποιηθεί παιχνίδι ρόλων (role-play), να ακολουθήσει σύντομος σχολιασμός της επιχειρηματικής κουλτούρας και να παρουσιαστούν τα συμπεράσματα στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην ολομέλεια της τάξης. Η ίδια διαδικασία μπορεί να

πραγματοποιηθεί με την προσθήκη ρόλου διερμηνείας, γεγονός που θα ενδυναμώσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες και θα τους/τις βοηθήσει να αντιμετωπίζουν παρόμοια περιστατικά σε πραγματικές συνθήκες.

2.1.H.4 | ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις μεθόδους χρηματοδότησης των διεθνών εμπορικών συναλλαγών και τις στρατηγικές διαχείρισης κινδύνων που προκύπτουν από τις παγκόσμιες οικονομικές διακυμάνσεις. Κατανοούν τις βασικές πηγές χρηματοδότησης, όπως οι τραπεζικές εγγυήσεις, οι ενέγγυες πιστώσεις (Letters of Credit), οι εμπορικές προκαταβολές και τα διεθνή προγράμματα επιδοτήσεων για εξαγωγικές επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τους βασικούς οικονομικούς κινδύνους, όπως η συναλλαγματική αστάθεια, η αφερεγγυότητα των εμπορικών εταίρων και οι πολιτικοί κίνδυνοι που σχετίζονται με τις εμπορικές πολιτικές και τις διεθνείς κυρώσεις. Εξετάζουν στρατηγικές μετριασμού αυτών των κινδύνων με τη χρήση ασφαλιστικών προγραμμάτων εξαγωγών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους κανόνες Incoterms®, οι οποίοι καθορίζουν τις υποχρεώσεις και τους κινδύνους των αγοραστών και των πωλητών στις διεθνείς συναλλαγές. Στο παράδειγμα της BIO-MELI, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνάπτουν σύμβαση με τον όρο Delivered Duty Paid (DDP-Παραδοτέο με Δασμό Πληρωμένο), με τη BIO-MELI να αναλαμβάνει όλες τις υποχρεώσεις μέχρι την παράδοση στον πελάτη. Επιπλέον, λόγω οικονομικής δυσχέρειας, η επιχείρηση χρειάζεται χρηματοδότηση, προκειμένου να διασφαλίσει την πρώτη της αποστολή και να διαχειριστεί διεθνείς κινδύνους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να επιλέξουν την κατάλληλη χρηματοδότηση για την επιχείρηση, αφού μελετήσουν τα δεδομένα, και να προτείνουν μια μορφή χρηματοδότησης, π.χ. την ενέγγυα πίστωση (Letter of Credit) μέσω τράπεζας, ώστε να μειωθεί ο πιστωτικός κίνδυνος και να βελτιωθεί η ταμειακή ροή. Δημιουργούν πίνακα εκτίμησης κινδύνου, για παράδειγμα μήτρα κινδύνου (Risk Matrix), με τρεις διαφορετικούς κινδύνους. Η άσκηση αυτή ενισχύει την κατανόηση των εκπαιδευομένων ως προς την εφαρμογή χρηματοοικονομικών εργαλείων και τη διαχείριση επιχειρηματικού κινδύνου σε πραγματικές συνθήκες διεθνούς εμπορίου.

2.1.H.5 | ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στο νομικό πλαίσιο που διέπει το διεθνές εμπόριο, κατανοώντας τις βασικές αρχές του εμπορικού δικαίου και τις επιπτώσεις των διεθνών συμβάσεων στις επιχειρηματικές συναλλαγές. Εξετάζουν τη σημασία των εμπορικών συμφωνιών και των κανονισμών που καθορίζουν τις σχέσεις μεταξύ κρατών, επιχειρήσεων και διεθνών οργανισμών, καθώς και τον ρόλο των ρυθμιστικών αρχών στην προστασία των συναλλασσόμενων μερών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις βασικές διεθνείς συμβάσεις που επηρεάζουν το εμπόριο, όπως η Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τις Συμβάσεις Διεθνούς Πώλησης Αγα-

θών, η οποία καθορίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις αγοραστών και πωλητών. Παράλληλα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν την εφαρμογή των κανόνων του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, τις εμπορικές συμφωνίες ελεύθερου εμπορίου και τις ρυθμίσεις προστασίας της διανοητικής ιδιοκτησίας μέσω της Συμφωνίας για τις Εμπορικές Πτυχές των Δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας (TRIPS). Η υποεπένδυτητα περιλαμβάνει την κατανόηση των κανόνων Incoterms®, οι οποίοι ορίζουν τις υποχρεώσεις των μερών στις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές, καθώς και τη σημασία των νομικών εγγράφων, όπως οι εμπορικές συμβάσεις, τα ασφαλιστικά συμβόλαια και οι εγγυητικές επιστολές. Μέσω πρακτικών παραδειγμάτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη σύνταξη και στην ανάλυση συμβατικών όρων, λαμβάνοντας υπόψη ζητήματα ευθύνης, αποζημιώσεων και επίλυσης διαφορών. Η υποεπένδυτητα ολοκληρώνεται με τη μελέτη και την αξιολόγηση δικαστικών υποθέσεων και εναλλακτικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών, όπως η διαμεσολάβηση και η διαιτησία, και με την ανάπτυξη δεξιοτήτων που συμβάλλουν στην ομαλή διεξαγωγή των εμπορικών συναλλαγών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να ορίσουν τις βασικές ρήτρες της σύμβασης που άρχισαν να δημιουργούν στην προηγούμενη υποεπένδυτητα, όπως τις ποσότητες, την παράδοση, τη διαιτησία και τις συνέπειες της μη συμμόρφωσης. Για παράδειγμα, μπορούν να ορίσουν τον όγκο της παραγγελίας, τον χρόνο παράδοσης σε δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες και την επίλυση διαφορών μέσω του αρμόδιου διαιτητικού φορέα στη Στοκχόλμη.

2.1.H.6 | ΨΗΦΙΑΚΗ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Στην υποεπένδυτητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στον ρόλο της ψηφιακής μεταμόρφωσης και της καινοτομίας στο διεθνές εμπόριο. Αναλύουν τη χρήση των ηλεκτρονικών εμπορικών πλατφορμών, των εφαρμογών blockchain για την ενίσχυση της διαφάνειας και της ασφάλειας των συναλλαγών και της ανάλυσης μεγάλων δεδομένων (Big Data Analytics) για τη στρατηγική λήψη αποφάσεων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αυτοματοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω συστημάτων Enterprise Resource Planning (ERP) και τεχνολογιών Τεχνητής Νοημοσύνης (Artificial Intelligence, AI), οι οποίες επιτρέπουν την πρόβλεψη της ζήτησης και τη βελτιστοποίηση της διαχείρισης αποθεμάτων. Εξετάζουν τον ρόλο της τεχνολογίας Internet of Things (IoT) στη βελτίωση της παρακολούθησης των εμπορευμάτων και στη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων κατά τη μεταφορά τους σε διεθνές επίπεδο. Η υποεπένδυτητα καλύπτει επίσης τις νέες τάσεις στις ηλεκτρονικές πληρωμές και στις ψηφιακές τράπεζες, οι οποίες επιτρέπουν ταχύτερες και ασφαλέστερες συναλλαγές χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις έξυπνες συμβάσεις (smart contracts), οι οποίες χρησιμοποιούν την τεχνολογία blockchain για την αυτόματη εκτέλεση και επιβεβαίωση συμβάσεων, περιορίζοντας την ανάγκη για μεσάζοντες. Μέσω πρακτικών ασκήσεων και μελετών περίπτωσης, εφαρμόζουν ψηφιακά εργαλεία και σχεδιάζουν καινοτόμες εμπορικές στρατηγικές

που αξιοποιούν την τεχνολογία. Αναλύουν παραδείγματα επιχειρήσεων που έχουν επιτύχει ψηφιακή μεταμόρφωση και εφαρμόζουν τα νέα δεδομένα στη BIO-MELI, η οποία επιθυμεί να ψηφιοποιήσει τη διαδικασία εξαγωγής της. Οικειπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να επιλέξουν πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) για την αγορά της Σουηδίας, π.χ. μια πλατφόρμα αναγνωρισμένη σε παγκόσμιο ή τοπικό επίπεδο. Στη συνέχεια, μπορούν να σχεδιάσουν πλάνο ψηφιακής στρατηγικής με εργαλεία όπως Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM) και δισδιάστατο κώδικα Quick Response Code (QR code). Η διαδικασία μπορεί να ολοκληρωθεί με επίσκεψη σε φορείς εξαγωγικού εμπορίου.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μυλώνη, Β. & Γεωργόπουλος, Α. (2015). *Διεθνοποίηση και διεθνικές επιχειρήσεις*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Νόττα, Ο. & Βλάχβη, Α. (2023). *Στρατηγικές επιχειρήσεων για την επίτευξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/8663>

Συμπληρωματικές

1. Λυμπερόπουλος, Κ., Τζαναβάρας, Β. & Σαλαμούρα, Μ. (2015). *Στρατηγικές διεθνούς και εξαγωγικού μάρκετινγκ*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Μανώλη, Π. & Μαρής, Γ. (2015). *Εισαγωγή στη διεθνή πολιτική οικονομία*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3945>

2.2 • ΕΞΑΜΗΝΟ Β'

2.2.A • ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Εμπορική μελέτη και προσέγγιση των ξένων αγορών» έχει ως στόχο την εποπτεία του εμπορικού χώρου μέσω της εισαγωγής στις αρχές και στις προκλήσεις της οικονομικής ενημέρωσης. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην ανάλυση και στην επιλογή εμπορικών πληροφοριών, καθώς και στον προσδιορισμό των περιορισμών των ξένων αγορών. Επιπρόσθετα, εξετάζονται η σύνταξη συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση μελετών σε υπεργολαβία και η διασφάλιση της παρακολούθησης της εφαρμογής τους στην ξένη αγορά. Στη μαθησιακή ενότητα «Εμπορική μελέτη και προσέγγιση των ξένων αγορών» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εποπτεύουν τον εμπορικό χώρο μέσω τεκμηριωμένης έρευνας,
- Συλλέγουν πληροφορίες από το εξωτερικό,
- Διασφαλίζουν την αξιοπιστία και την καταλληλότητά τους στο πλαίσιο της έρευνας,
- Αναλύουν και να επιλέγουν εμπορικές πληροφορίες και να προσδιορίζουν νομοθετικούς περιορισμούς στις ξένες αγορές,
- Συντάσσουν τις τεχνικές προδιαγραφές για την ανάθεση μελετών σε υπεργολαβία και να διασφαλίζουν την παρακολούθηση της εφαρμογής τους στην ξένη αγορά,
- Προσδιορίζουν το περιεχόμενο και τη μεθοδολογία μελέτης μιας χώρας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Εμπορική πληροφόρηση / Ξένες αγορές / Αξιολόγηση πληροφοριών / Νομοθετικοί περιορισμοί / Ρυθμιστικό πλαίσιο / Μελέτη αγοράς / Διερεύνηση χώρας-στόχου / Υπεργολαβία / Τεχνικές προδιαγραφές / Παρακολούθηση έργου / Αναθέσεις μελετών / Στρατηγική εμπορικής διείσδυσης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
3	ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
4	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΧΩΡΑΣ
5	ΑΝΑΘΕΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΥΠΕΡΓΟΛΑΒΙΑ
6	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.A.1 | ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην εισαγωγή των εκπαιδευομένων στις βασικές αρχές και στην κατανόηση των εννοιών που σχετίζονται με την εποπτεία του εμπορικού χώρου και τη συστηματική συλλογή πληροφοριών από το εξωτερικό. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν ερωτήματα εμπορικού ενδιαφέροντος, προσδιορίζουν πηγές πληροφόρησης και συγκρίνουν μεθόδους συλλογής δεδομένων από ξένες αγορές. Περιγράφουν τις ιδιαιτερότητες των πληροφοριών που προέρχονται από διεθνείς φορείς, εμπορικές αποστολές, διαδικτυακές πλατφόρμες και βάσεις δεδομένων. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται τα είδη των πληροφοριών που συλλέγονται, ποσοτικών και ποιοτικών, καθώς και τα κριτήρια επιλογής πηγών ανάλογα με τη χώρα-στόχο και τον τύπο του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ερμηνεύουν τον ρόλο της αξιοπιστίας, της εγκυρότητας και της επικαιρότητας των στοιχείων και περιγράφουν στρατηγικές για τη διασταύρωση πληροφοριών από διαφορετικές πηγές. Επιπλέον, οργανώνουν το υλικό τους, ώστε να εξυπηρετεί τη λήψη εμπορικών αποφάσεων. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη μεθοδικότητα της εποπτείας και στη συνειδητή επιλογή πηγών με σκοπό τη συγκρότηση αξιόπιστης εικόνας της αγοράς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τον ρόλο της τεκμηριωμένης πληροφόρησης στην επιχειρησιακή στρατηγική. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να επιλέξουν ένα προϊόν ή υπηρεσία, εντοπίζοντας πέντε πηγές από διαφορετικές χώρες για τη συλλογή εμπορικών στοιχείων. Η εργασία καταλήγει σε πίνακα αξιολόγησης της ποιότητας και της χρησιμότητας των πληροφοριών.

2.2.A.2 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για την ανάλυση και την επιλογή εμπορικών πληροφοριών που προέρχονται από ξένες αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν

τα δεδομένα που έχουν συλλέξει, αναγνωρίζουν τα κρίσιμότερα εμπορικά στοιχεία και περιγράφουν πώς αυτά επηρεάζουν την πιθανότητα επιτυχίας ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε νέα αγορά. Διακρίνουν μεταξύ γενικών μακροοικονομικών δεικτών και εξειδικευμένων εμπορικών στοιχείων, όπως η κατανάλωση ανά κατηγορία, οι τιμές, τα εμπορικά ισοζύγια, οι εισαγωγές και οι εξαγωγές. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, αναλύονται τα στάδια κατηγοριοποίησης και φιλτραρίσματος των πληροφοριών, καθώς και τα κριτήρια αξιολόγησής τους, όπως η συνάφεια με τον εμπορικό στόχο, η πληρότητα, η αξιοπιστία και η επικαιρότητα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν πότε μια πληροφορία είναι χρήσιμη για τη λήψη στρατηγικής απόφασης και πότε αποτελεί παραπλανητικό ή μη αξιοποιήσιμο στοιχείο. Ερμηνεύουν πώς η ανάλυση δεδομένων υποστηρίζει τη διαμόρφωση σχεδίου δράσης και την πρόβλεψη εμπορικών τάσεων. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στην αξιολόγηση της πληροφορίας ως εργαλείου στρατηγικής πρόβλεψης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν υποθέσεις βασισμένες σε συγκρίσιμα εμπορικά μεγέθη και εντοπίζουν τάσεις ή αποκλίσεις που ενδέχεται να επηρεάσουν την απόφαση διείσδυσης. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναλύσουν στοιχεία από δύο διαφορετικές χώρες για το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία και να παρουσιάσουν συγκριτικό πίνακα με θετικές και αρνητικές ενδείξεις εμπορικού ενδιαφέροντος.

2.2.A.3 | ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπάρκεια επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για τον προσδιορισμό των νομοθετικών και ρυθμιστικών παραμέτρων που επηρεάζουν τη διείσδυση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε ξένη αγορά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν παραδείγματα ρυθμίσεων που σχετίζονται με τελωνειακούς δασμούς, κανονισμούς ασφάλειας και υγιεινής, τεχνικά πρότυπα, περιορισμούς στη διαφήμιση ή στη συσκευασία, καθώς και νομικά εμπόδια στη συνεργασία ή στη διανομή. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποεπάρκειας, αναλύεται η διαδικασία εντοπισμού θεσμικών απαιτήσεων μέσω εμπορικών αποστολών, πρεσβειών, εξειδικευμένων φορέων και εθνικών οργανισμών τυποποίησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν νομικά καθεστώτα μεταξύ αγορών και εντοπίζουν διαφορές που απαιτούν προσαρμογή της στρατηγικής. Περιγράφεται ο ρόλος των μη δασμολογικών εμποδίων, όπως οι ποσοστώσεις, οι ειδικές άδειες ή οι υποχρεώσεις τοπικής παραγωγής, και ερμηνεύεται πώς οι κανονισμοί αυτοί επηρεάζουν το κόστος και τον χρόνο εισόδου. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στην ικανότητα εντοπισμού κινδύνων κανονιστικής φύσης και στην προσαρμογή του εμπορικού σχεδίου στις τοπικές απαιτήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν ότι η συμμόρφωση με τη νομοθεσία αποτελεί προϋπόθεση αξιοπιστίας και βιωσιμότητας. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να μελετήσουν περιπτώσεις προϊόντων ή υπηρεσιών που χρειάστηκε να αλλάξουν χαρακτηριστικά ή διαδικασίες λόγω νομικών περιορισμών και να παρουσιάσουν τις απαραίτητες προσαρμογές ανά χώρα.

2.2.A.4 | ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στον προσδιορισμό του περιεχομένου και της μεθοδολογίας που απαιτούνται για τη σύνταξη μελέτης αγοράς συγκεκριμένης χώρας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βασικά πεδία που πρέπει να περιλαμβάνει μια μελέτη, όπως τα δημογραφικά δεδομένα, τα καταναλωτικά πρότυπα, το επίπεδο ανταγωνισμού, το ρυθμιστικό πλαίσιο, η εφοδιαστική υποδομή και οι δυνατότητες διανομής. Οργανώνουν τις πληροφορίες ανά θεματική ενότητα και συνδέουν κάθε παράμετρο με τις εμπορικές αποφάσεις που θα ακολουθήσουν.

Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τα βήματα για τη συγκέντρωση και την κατηγοριοποίηση των πληροφοριών. Αναλύουν τη χρήση ποσοτικών στοιχείων για τη διαμόρφωση συνολικής εικόνας της αγοράς και κατανοούν τη σημασία της ερμηνείας ποιοτικών δεδομένων, όπως η αγοραστική συμπεριφορά, οι τοπικές προτιμήσεις και η εμπορική κουλτούρα. Εξετάζονται διαφορετικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις, όπως η συγκριτική ανάλυση, η έρευνα γραφείου (desk research), οι συνεντεύξεις με ειδικούς και οι τοπικές έρευνες πεδίου. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ορθολογική οργάνωση της πληροφορίας και στη σύνταξη μελέτης που εξυπηρετεί τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν πώς η σαφής δομή της μελέτης αυξάνει την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητά της. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να συνεργαστούν για τη δημιουργία περιγράμματος μελέτης αγοράς για μια επιλεγμένη χώρα, με κατανομή πεδίων ευθύνης, πηγές πληροφόρησης και προτεινόμενη μεθοδολογία.

2.2.A.5 | ΑΝΑΘΕΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΥΠΕΡΓΟΛΑΒΙΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην εισαγωγή των εκπαιδευομένων στις βασικές αρχές και στην κατανόηση των εννοιών που σχετίζονται με τη σύνταξη συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση εμπορικών μελετών σε υπεργολαβία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν το περιεχόμενο των όρων αναφοράς (terms of reference), οργανώνουν τις απαιτήσεις και τα επιθυμητά αποτελέσματα και διατυπώνουν με σαφήνεια τα κριτήρια αποδοχής του έργου. Περιγράφουν τις βασικές ενότητες που πρέπει να περιλαμβάνονται, όπως ο σκοπός της μελέτης, το αντικείμενο, η διάρκεια, οι μέθοδοι εργασίας και οι παράμετροι αξιολόγησης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν ποιοτικές και ποσοτικές απαιτήσεις, ερμηνεύουν τη σημασία της ακρίβειας στη διατύπωση και συγκρίνουν διαφορετικές μορφές ανάθεσης, όπως το πλήρες έργο, το συνεργατικό πλαίσιο και ο εξωτερικός σύμβουλος. Αναλύεται η ανάγκη διασφάλισης της διαφάνειας και της αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ της αναθέτουσας επιχείρησης και του υπεργολάβου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αξιολογούν πώς η ορθά δομημένη συγγραφή υποχρεώσεων επηρεάζει την ποιότητα, την πληρότητα και την αξία των παραδοτέων της μελέτης. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σύνδεση μεταξύ τεχνικών προδιαγραφών και

εμπορικών στόχων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τα κρίσιμα σημεία στα οποία πρέπει να δίνουν έμφαση, ώστε να προλαμβάνουν παρερμηνείες ή ελλείψεις. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να συντάξουν προσχέδιο συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση μελέτης αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη ένα υποθετικό επιχειρησιακό σενάριο και προκαθορισμένες προδιαγραφές.

2.2.A.6 | ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει μια ανάλυση των διαδικασιών που αφορούν την παρακολούθηση και τον έλεγχο της εφαρμογής εμπορικών μελετών που έχουν ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες ή υπεργολάβους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν βασικά στάδια παρακολούθησης, προσδιορίζουν τα χρονικά ορόσημα και καταγράφουν τις ενέργειες ελέγχου που διασφαλίζουν τη συμμόρφωση του έργου με τις αρχικές προδιαγραφές. Αναγνωρίζουν τον ρόλο της επιχείρησης ως ενεργού επιτηρητή του έργου και οργανώνουν μεθόδους επικοινωνίας και ανατροφοδότησης με τους υπεργολάβους. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενότητας, αναλύεται η σημασία της τακτικής επισκόπησης των παραδοτέων, της τήρησης του συμφωνημένου χρονοδιαγράμματος και της ποιοτικής αξιολόγησης των επιμέρους σταδίων της μελέτης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διατυπώνουν βασικά κριτήρια επιτυχίας και εφαρμόζουν εργαλεία ελέγχου, όπως πίνακες παρακολούθησης, δελτία αξιολόγησης και αναφορές απόκλισης. Ερμηνεύουν πώς η συνεχής εποπτεία συμβάλλει στην έγκαιρη αναπροσαρμογή του έργου και στην αποτροπή αστοχιών που μπορεί να επηρεάσουν τη συνολική στρατηγική. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη διαχείριση συνεργασιών και στην ενεργή παρακολούθηση ως αναπόσπαστο στοιχείο της επαγγελματικής εμπορικής διαχείρισης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν πρακτικές που ενισχύουν τη διαφάνεια, την εμπιστοσύνη και την αποτελεσματικότητα κατά την υλοποίηση μιας μελέτης σε ξένη αγορά. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αξιολογήσουν παραδείγματα αναφορών παρακολούθησης και να εντοπίσουν ποια στοιχεία αποδεικνύουν την ποιότητα, τη συνέπεια και την επιχειρησιακή αξιοποίηση μιας μελέτης.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Θανόπουλος, Ν. Γ. (2013). *Διεθνής επιχείρηση: Περιβάλλον, δομή και προκλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
2. Πανηγυράκης, Γ. Γ. (2013). *Διεθνές μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Συμπληρωματικές

1. Griffin, R. W. & Pustay, M. W. (2018). *Διεθνείς επιχειρήσεις & επιχειρηματικότητα* (8η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Ιωάννου, Ζ. Κ. (2005). *Οδηγός εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

2.2.B • ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Σύστημα εμπορικής πληροφόρησης» έχει ως στόχο τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της εισαγωγής κατάλληλων τεχνικών για την οργάνωση και την αξιολόγηση της διαδικασίας συλλογής και επεξεργασίας πληροφοριών. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στα πρωτόκολλα ηλεκτρονικής επικοινωνίας μέσω της αποστολής και της λήψης ηλεκτρονικών μηνυμάτων και στη χρήση λογισμικού αυτοματισμού γραφείου. Στη μαθησιακή ενότητα «Σύστημα εμπορικής πληροφόρησης» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Χρησιμοποιούν κατάλληλες τεχνικές για τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης,
- Τηρούν τα πρωτόκολλα ηλεκτρονικής επικοινωνίας μέσω της αποστολής και της λήψης ηλεκτρονικών μηνυμάτων,
- Επιτυγχάνουν την ασφαλή πρόσβαση σε δεδομένα και να διασφαλίζουν τη μεταφορά πληροφοριών,
- Χρησιμοποιούν λογισμικό αυτοματισμού γραφείου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο / Ηλεκτρονικό μήνυμα / Ασφαλής πρόσβαση / Λογισμικό αυτοματισμού γραφείου / Επεξεργασία κειμένου / Ιός / Κανόνες ασφαλείας / Προσωπικά δεδομένα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
2	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ
3	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ (WORD)
4	ΣΥΝΘΕΤΑ ΕΓΓΡΑΦΑ (PUBLISHER)
5	ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
6	ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (GENERAL DATA PROTECTION REGULATION, GDPR)

Κείμενο αναφοράς

2.2.B.1 | ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να εξοικειώσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες με τη χρήση των βασικών προγραμμάτων που απαρτίζουν ένα λογισμικό αυτοματισμού γραφείου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι απαραίτητο να υποστηρίζουν τις εργασίες τους μέσω εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου, είτε πρόκειται για εμπορικό λογισμικό είτε για λογισμικό ανοικτού κώδικα. Απαριθμούνται τα βασικά προγράμματα που συνθέτουν ένα τυπικό λογισμικό αυτοματισμού γραφείου και, συγκεκριμένα, το πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων Excel, το πρόγραμμα δημιουργίας βάσεων δεδομένων Access, το λογισμικό παρουσιάσεων διαφανειών PowerPoint, η εφαρμογή επεξεργασίας κειμένου Word και η εφαρμογή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα δύο τελευταία προγράμματα παρουσιάζονται αναλυτικότερα στις επόμενες μαθησιακές υποενότητες, ενώ τα προηγούμενα αναλύθηκαν κατά τη διάρκεια του προηγούμενου εξαμήνου. Η γνώση των ανωτέρω προγραμμάτων είναι απαραίτητη, αφού συνιστούν αναπόσπαστα εργαλεία εργασίας του στελέχους διεθνούς εμπορίου και η αποτελεσματική χρήση τους συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων του. Η μαθησιακή υποενότητα αναπτύσσεται εξ ολοκλήρου σε εργαστηριακό περιβάλλον εξοπλισμένο με τους απαραίτητους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και το εγκατεστημένο λογισμικό αυτοματισμού γραφείου, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν τις κατάλληλες εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου.

Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την παρουσίαση των ανωτέρω προγραμμάτων.

2.2.B.2 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζονται οι δυνατότητες της εφαρμογής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, κατά τη διάρκεια της εργασιακής τους απασχόλησης ως στελέχη διεθνούς εμπορίου, καλούνται να διεκπεραιώνουν την αλληλογραφία με σύγχρονα ψηφιακά μέσα, τόσο προς εξωτερικούς αποδέκτες όσο και ενδοεπιχειρησιακά. Συνεπώς, κρίνεται απαραίτητη η εκμάθηση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τους/τις εκπαιδευομένους/-ες. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενότητας αναλύονται η οργάνωση των μηνυμάτων σε φακέλους, η δημιουργία και η αποθήκευση επαφών, η αναζήτηση μηνυμάτων και η χρήση των εργαλείων που σχετίζονται με τη δημιουργία, την αποστολή, την κοινοποίηση, τη λήψη και τη διαγραφή μηνυμάτων. Επιπλέον, αναλύονται η δυνατότητα απάντησης σε ένα μήνυμα προς τον αποστολέα, η δυνατότητα απάντησης σε όλους τους/τις αποδέκτες/-τριες, η προώθηση ενός μηνύματος, η επισύναψη αρχείων στο ηλεκτρονικό μήνυμα, καθώς και η παραλαβή και η αποθήκευση επισυναπτόμενων αρχείων. Παρουσιάζεται επίσης η δυνατότητα αποθήκευσης και εκτύπωσης των ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα μηνύματα ανεπιθύμητης αλληλογραφίας και στο ηλεκτρονικό ψάρεμα (phishing), μέσω παραδειγμάτων, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μπορούν να τα διακρίνουν. Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση της εφαρμογής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανταλλάσσουν ηλεκτρονικά μηνύματα. Έπειτα, προσθέτουν τους/τις αποστολείς στη λίστα επαφών του Outlook.

2.2.B.3 | ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ (WORD)

Ο στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τα εργαλεία και τις εντολές της εφαρμογής επεξεργασίας κειμένου Word. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, καθ' όλη τη διάρκεια της εργασιακής τους εμπειρίας, καλούνται να δημιουργούν έγγραφα και να συντάσσουν αναφορές, επιστολές, προσκλήσεις και άλλα επαγγελματικά έγγραφα. Ως εκ τούτου, η παρούσα μαθησιακή υποενότητα είναι απαραίτητη και πραγματοποιείται με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών που διαθέτουν τη σχετική εφαρμογή. Ειδικότερα, αναλύονται ο τρόπος δημιουργίας εγγράφου, η εισαγωγή κειμένου και τα εργαλεία επιλογής και αντιγραφής κειμένου, αποθήκευσης εγγράφου, εκτύπωσης, ειδικής επικόλλησης και γλωσσικού ελέγχου. Παρουσιάζεται η δυνατότητα διόρθωσης λαθών και αλλαγής των ρυθμίσεων διόρθωσης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δυνατότητα δημιουργίας πινάκων, στη χρήση

της ειδικής επικόλλησης, καθώς και στην εισαγωγή φωτογραφιών και συμβόλων. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν και οι δυνατότητες συγχώνευσης αλληλογραφίας και δημιουργίας φακέλων και ετικετών, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να υποστηρίξουν και να οργανώνουν τον χώρο ευθύνης τους. Αρχικά, κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση του προγράμματος επεξεργασίας κειμένου. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, αξιοποιείται η τεχνική των ομάδων εργασίας για την εκπόνηση των εργασιών τους.

2.2.B.4 | ΣΥΝΘΕΤΑ ΕΓΓΡΑΦΑ (PUBLISHER)

Ο στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τη δημιουργία και την επεξεργασία συνθετότερων εγγράφων, όπως φυλλάδια, έντυπα και βιβλία. Παρουσιάζονται η εισαγωγή κειμένου και εικόνων και η δημιουργία πίνακα περιεχομένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη διαδικασία εισαγωγής και δόμησης του κειμένου ενός βιβλίου, τη δυνατότητα διαρρύθμισης των σελίδων και τη δημιουργία της δομής του. Αντιλαμβάνονται τον τρόπο εισαγωγής εικόνων και προσθήκης λεζάντας. Η μαθησιακή υποενότητα αναπτύσσεται εξ ολοκλήρου σε εργαστηριακό περιβάλλον εξοπλισμένο με τους απαραίτητους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και το εγκατεστημένο λογισμικό επιτραπέζιας έκδοσης, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν έντυπα. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στον τρόπο δημιουργίας και διατήρησης ενός πίνακα περιεχομένων, στην εισαγωγή προλόγου, στη δημιουργία πίνακα εικόνων, καθώς και στη διαδικασία ενημέρωσης του πίνακα περιεχομένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται ότι, όταν χρειάζεται μια εξειδικευμένη μορφή εγγράφου, μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα υπάρχον έγγραφο ή ένα από τα κοινά πρότυπα. Περαιτέρω, γίνεται αναφορά στην εφαρμογή Microsoft Publisher, η οποία έχει σχεδιαστεί για την ηλεκτρονική έκδοση εντύπων. Αρχικά, κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την εκμάθηση του προγράμματος Publisher. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προετοιμάζουν ένα φυλλάδιο στο Word και το εισάγουν στο Publisher για τη δημιουργία της τελικής δημοσίευσης.

2.2.B.5 | ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζονται οι βασικές αρχές της κρυπτογραφίας, η οποία ασχολείται, μεταξύ άλλων, με τη χρήση τεχνικών κρυπτογράφησης και αποκρυπτογράφησης για την απόκρυψη του περιεχομένου των μηνυμάτων. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται και αναλύεται η έννοια του ιού, ο οποίος είναι ένα κακόβουλο υπολογιστικό πρόγραμμα που μπορεί να μολύνει έναν υπολογιστή. Ανα-

λύεται το πρόβλημα των ιών, απαριθμούνται τα είδη τους και οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τους τρόπους μόλυνσης, τις τεχνικές που χρησιμοποιούν οι ιοί, καθώς και το λογισμικό και τις μεθόδους αντιμετώπισής τους. Εξηγούνται οι θεμελιώδεις έννοιες ασφάλειας των ηλεκτρονικών υπολογιστών, περιγράφονται οι κυριότεροι κίνδυνοι για την ασφάλεια των υπολογιστικών συστημάτων και τονίζεται η σημασία της εφαρμογής κανόνων ασφαλείας σε δίκτυα και υπολογιστές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες, κατά τη διάρκεια της εργασιακής τους απασχόλησης ως στελέχη διεθνούς εμπορίου, ενδέχεται να έρθουν αντιμέτωποι/-ες με διαδικτυακές επιθέσεις και, συνεπώς, κρίνεται αναγκαίο να είναι σε θέση να ανιχνεύουν και να αποτρέπουν διαδικτυακές απειλές. Αρχικά, κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές αποτελούν η εμπλουτισμένη εισήγηση, η επίδειξη και η συζήτηση με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για ενδεχόμενες ερωτήσεις και απορίες σχετικά με την ασφάλεια των υπολογιστικών συστημάτων. Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν και παρουσιάζουν στην ολομέλεια της τάξης πραγματικά περιστατικά που έθεσαν σε κίνδυνο την ασφάλεια επιχειρήσεων και οργανισμών στην Ελλάδα και διεθνώς.

2.2.B.6 | ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (GENERAL DATA PROTECTION REGULATION, GDPR)

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει το θεσμικό πλαίσιο που διέπει την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε ενωσιακό και εθνικό επίπεδο. Αναλύονται ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων, Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679, ο οποίος τέθηκε σε εφαρμογή στις 25/5/2018, και ο Ν. 4624/2019 (ΦΕΚ 137/Α/29-8-2019), ο οποίος αφορά την Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, τα μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και την ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν την έννοια των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και των ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, προσδιορίζουν τους φορείς τους οποίους αφορά ο Κανονισμός και ταυτόχρονα ευαισθητοποιούνται ως προς το ζήτημα της παραβίασης των προσωπικών δεδομένων. Επιπλέον, στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας παρουσιάζονται τα βασικά δικαιώματα των φυσικών προσώπων, δηλαδή το δικαίωμα ενημέρωσης, διόρθωσης, διαγραφής, περιορισμού της επεξεργασίας, φορητότητας των δεδομένων και εναντίωσης στην επεξεργασία. Στη συνέχεια, αποσαφηνίζονται οι βασικές υποχρεώσεις για τους/τις υπεύθυνους/-ες επεξεργασίας, οι οποίες απορρέουν από τις βασικές αρχές και συνδέονται ιδίως με την αρχή της διαφάνειας ως προς τον τρόπο συλλογής, επεξεργασίας και τήρησης των δεδομένων και με την αρχή της λογοδοσίας, σύμφωνα με την οποία ο/η υπεύθυνος/-η επεξεργασίας φέρει την ευθύνη και είναι σε θέση να αποδείξει τη συμμόρφωσή του/της με όλες τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Προτείνεται η δημιουργία ομάδων για την επεξεργασία μελετών περίπτωσης σχετικά με την παραβίαση ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από επιχειρήσεις.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Γκλαβά, Μ. (2021). *Ελληνικό Word 2019/365: Γρήγορα και απλά*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.
2. Γουλτίδης, Χ. (2013). *Οδηγός πιστοποίησης Πληροφορικής – Πλοήγηση στον ιστό και επικοινωνία – Internet Explorer & Outlook 2010*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Συμπληρωματικές

1. Συλλογικό (2021). *7+1 Ελληνικά Microsoft Windows 10 - Office 2019/365*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
2. Κοτσαλής, Λ. & Μενουδάκος, Κ. (επιμ.). (2018). *Γενικός κανονισμός για την προστασία των προσωπικών δεδομένων (GDPR): Νομική διάσταση και πρακτική εφαρμογή*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.

2.2.Γ • ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Διεθνή οικονομικά» έχει ως στόχο την ερμηνεία της οικονομικής ορολογίας μέσω της εισαγωγής στο οικονομικό λεξιλόγιο και της παρουσίασης οικονομικών εννοιών και θεωριών. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην ερμηνεία των διεθνών οικονομικών σχέσεων μεταξύ κρατών και επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα αναλύονται οι οικονομικές συνθήκες ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στη μαθησιακή ενότητα «Διεθνή οικονομικά» οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν τις σύγχρονες θεωρίες του διεθνούς εμπορίου και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των χωρών,
- Αναλύουν την επίδραση της τεχνολογίας, της καινοτομίας και των οικονομιών κλίμακας στις διεθνείς εμπορικές ροές,
- Αναγνωρίζουν τις μορφές διαφοροποίησης προϊόντων και τη σημασία των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων,
- Αξιολογούν τις επιπτώσεις των δασμών, των ποσοστώσεων, των επιδοτήσεων και άλλων εμπορικών φραγμών στη λειτουργία των αγορών,

- Περιγράφουν το φαινόμενο του ντάμπινγκ, τα μέτρα αντιντάμπινγκ και τα βασικά επιχειρήματα υπέρ και κατά της προστατευτικής εμπορικής πολιτικής,
- Ερμηνεύουν τον ρόλο των διεθνών οργανισμών και συμφωνιών στη διαμόρφωση του παγκόσμιου εμπορικού συστήματος,
- Αποσαφηνίζουν τη δομή και τη λειτουργία του ισοζυγίου πληρωμών και τη σύνδεσή του με τις βασικές μακροοικονομικές μεταβλητές,
- Αναλύουν τις σχέσεις μεταξύ ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, κεφαλαιακών ροών, εξωτερικού χρέους και συναλλαγματικών ισοτιμιών,
- Εφαρμόζουν θεωρητικά και αναλυτικά εργαλεία για την αξιολόγηση διεθνών οικονομικών εξελίξεων και εμπορικών πολιτικών σε πραγματικά επιχειρηματικά και οικονομικά περιβάλλοντα.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Κάθετη διαφοροποίηση / Οριζόντια διαφοροποίηση / Προστατευτισμός / Δασμός / Ποσόστωση / Προδιαγραφές / Ποσοτικοί περιορισμοί / Επιχορηγήσεις / Επιδότησεις / Ντάμπινγκ.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΝΕΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ
2	ΕΜΠΟΡΙΟ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
3	ΦΡΑΓΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ
4	ΝΤΑΜΠΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ
5	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
6	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ
7	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Γ.1 | ΝΕΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες το υπόδειγμα Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS), σύμφωνα με το οποίο οι χώρες διαθέτουν την ίδια τεχνολογία παραγωγής, αλλά διαφέρουν ως προς τη σχετική αφθονία των παραγωγικών συντελεστών. Οι διαφορές αυτές διαμορφώνουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και την εξαγωγική εξειδίκευση των χωρών. Παρουσιάζεται επίσης η θεωρία του τεχνολογικού χάσματος, προκειμένου οι εκπαι-

δευόμενοι/-ες να αντιληφθούν ότι οι δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στις εξαγωγικές επιδόσεις μιας χώρας. Στη συνέχεια, αναλύεται η θεωρία του κύκλου ζωής του προϊόντος του Vernon, ως προέκταση της θεωρίας του τεχνολογικού χάσματος, η οποία εξετάζει τις αιτίες της καινοτομίας και τους όρους της διεθνούς διάδοσής της. Εξειδικεύονται οι τέσσερις φάσεις της θεωρίας του κύκλου ζωής του προϊόντος, καθώς και οι αναθεωρήσεις της. Περαιτέρω, παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο η ύπαρξη οικονομιών κλίμακας στην παραγωγική διαδικασία των κλάδων ή των επιχειρήσεων επηρεάζει τους όρους της εξειδίκευσης και μπορεί να αποτελέσει πηγή κέρδους από το εμπόριο, χωρίς να βασίζεται αποκλειστικά στις διαφορές ως προς τη σχετική αφθονία των παραγωγικών συντελεστών. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, παρουσιάζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των θεωριών που αναπτύχθηκαν στη μαθησιακή υποενότητα.

2.2.Γ.2 | ΕΜΠΟΡΙΟ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα αναλύονται η φύση της διαφοροποίησης, οι εκδηλώσεις της στο διεθνές εμπόριο, οι προσδιοριστικοί της παράγοντες και η διάκρισή της σε κάθετη και οριζόντια διαφοροποίηση. Παρουσιάζεται η έκταση του διεθνούς κατακερματισμού των παραγωγικών διαδικασιών και αναλύονται δύο χρησιμοποιούμενες μέθοδοι: η πρώτη προσέγγιση, η οποία στηρίζεται σε εμπορικές στατιστικές, και η δεύτερη, η οποία βασίζεται στη χρήση πινάκων εισροών-εκροών. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι συνέπειες του διεθνούς καταμερισμού της παραγωγής και αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο η διεθνοποίηση των παραγωγικών διαδικασιών και η ανάπτυξη παγκόσμιων αλυσίδων αξίας (Global Value Chains – GVCs) συμβάλλουν στην αύξηση του διεθνούς εμπορίου και στη βελτίωση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων. Επιπλέον, αποσαφηνίζεται η διάκριση μεταξύ εξωτερικών και εσωτερικών οικονομιών κλίμακας. Οι εξωτερικές οικονομίες κλίμακας προκύπτουν από το μέγεθος και τη συγκέντρωση της παραγωγικής δραστηριότητας ενός κλάδου ή μιας γεωγραφικής περιοχής, ενώ οι εσωτερικές οικονομίες κλίμακας εξαρτώνται από το μέγεθος και την παραγωγή της ίδιας της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι και οι δύο μορφές οικονομιών κλίμακας μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα, να επηρεάσουν τα πρότυπα εξειδίκευσης και να συμβάλουν στην ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ετερογένεια των επιχειρήσεων για την κατανόηση των εξαγωγικών επιδόσεων μιας χώρας και την εστίαση σε ενέργειες που βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητά της. Αποσαφηνίζεται ότι οι εξωτερικές οικονομίες κλίμακας εξαρτώνται από το μέγεθος και την παραγωγή του κλάδου, ενώ οι εσωτερικές οικονομίες κλίμακας εξαρτώνται από το μέγεθος

και την παραγωγή της ίδιας της επιχείρησης. Ως καταληκτική εκπαιδευτική πρακτική ενδείκνυται η εμπλουτισμένη εισήγηση και, στη συνέχεια, προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες, χωρισμένους/-ες σε ομάδες εργασίας, να αναζητήσουν αποκλίσεις στην παραγωγικότητα μεταξύ εξαγωγικών και μη εξαγωγικών επιχειρήσεων.

2.2.Γ.3 | ΦΡΑΓΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Στο πλαίσιο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας παρουσιάζονται οι κρατικές παρεμβάσεις που αφορούν το εξωτερικό εμπόριο μιας χώρας, είτε πρόκειται για την επιβολή φραγμών που αποσκοπούν στον περιορισμό των εισαγωγών είτε για ενισχύσεις προς τους εξαγωγείς με στόχο τη διείσδυσή τους στις ξένες αγορές. Αρχικά, παρουσιάζονται και αποσαφηνίζονται οι όροι «δασμοί», «ποσοστώσεις», «επιδοτήσεις», «προδιαγραφές» και «άδειες εισαγωγής», προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αντιληφθούν ότι μια κυβέρνηση μπορεί με πολλούς τρόπους να περιορίσει τις εισαγωγές ξένων προϊόντων. Αναλύονται ο δασμός, ο οποίος αποτελεί φόρο που επιβάλλεται σε εισαγόμενο αγαθό, η διάκρισή του σε δασμό κατ' είδος και δασμό κατ' αξία και οι επιπτώσεις της δασμολογικής προστασίας στην αγορά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι υπάρχει ποσοτικός περιορισμός όταν ο όγκος των εισαγωγών καθορίζεται σε επίπεδο κατώτερο από εκείνο που θα προέκυπτε από τις ελεύθερες συναλλαγές και αναγνωρίζουν τις επιπτώσεις της ποσόστωσης. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι επιχορηγήσεις προς παραγωγούς των οποίων τα προϊόντα ανταγωνίζονται τις εισαγωγές, ως τρόπος ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγής, και αναλύονται οι επιπτώσεις τους στην παραγωγή και στην κατανάλωση. Αναλύονται επίσης οι επιπτώσεις μιας εξαγωγικής επιδότησης στην παραγωγή, στην κατανάλωση και στην οικονομική ευημερία. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες, χωρισμένους/-ες σε τέσσερις (4) ομάδες εργασίας, να αναζητήσουν χώρες που εφαρμόζουν φραγμούς για τον περιορισμό των εισαγωγών ή/και προϊόντα στα οποία επιβάλλονται προστατευτικά μέτρα και να παρουσιάσουν τα ευρήματά τους στην ολομέλεια της τάξης.

2.2.Γ.4 | ΝΤΑΜΠΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες το ντάμπινγκ, δηλαδή την πώληση ενός προϊόντος σε εξαγωγική αγορά σε τιμή χαμηλότερη από την κανονική του αξία, η οποία μπορεί, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, να προκαλεί ζημία στον εγχώριο κλάδο παραγωγής. Παρουσιάζεται το αρπακτικό ντάμπινγκ, το οποίο αποσκοπεί στην εξάλειψη των ανταγωνιστών και μπορεί να προκαλέσει την επιβολή μέτρων αντιντάμπινγκ. Αναλύονται οι περιβαλλοντικές, υγειονομικές και τεχνικές προδιαγραφές, οι οποίες αποσκοπούν πρωτίτως στην προστασία της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας των καταναλωτών και του περιβάλλοντος. Παράλληλα, διευκρινίζεται ότι οι προδιαγραφές αυτές μπορούν να λειτουργήσουν ως μη δασμολογικά εμπόδια στο διεθνές εμπόριο όταν εφαρμόζονται δυσανάλογα, αδικαιολόγητα ή με διακριτικό τρόπο εις βάρος εισα-

γόμενων προϊόντων. Σε συνέχεια της παρουσίασης των μη δασμολογικών εμποδίων, εξετάζονται οι δημόσιες προμήθειες και οι επιπτώσεις της υποτίμησης του εθνικού νομίσματος στον όγκο και στην αξία των εισαγωγών. Στη συνέχεια, αναφέρονται οι περιπτώσεις στις οποίες η προστατευτική πολιτική εξηγείται από το όφελος που το κράτος που την εφαρμόζει αντλεί ή θεωρεί ότι αντλεί. Αναλύονται η προστασία της νηπιακής βιομηχανίας, η προστασία της μεγάλης χώρας, οι θετικές επιπτώσεις της προστασίας για ορισμένους δικαιούχους εισοδημάτων, τα μη οικονομικά κίνητρα του προστατευτισμού και τα μέτρα αντιντάμπινγκ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη θεωρία της στρατηγικής εμπορικής πολιτικής (ΣΕΠ), η οποία εμφανίστηκε κατά τη δεκαετία του 1980 και βασίζεται στην ιδέα ότι, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, οι κρατικές παρεμβάσεις μπορούν να μεταφέρουν προς τις εγχώριες επιχειρήσεις προσόδους που δημιουργούνται σε ολιγοπωλιακές αγορές. Αποσαφηνίζονται τα όρια του υποδείγματος αναφοράς της στρατηγικής εμπορικής πολιτικής των Brander και Spencer, οι προεκτάσεις του και η καταλληλότητα της προσέγγισης.

2.2.Γ.5 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Σκοπός της υποενότητας είναι να παρουσιάσει τη Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT), η οποία υπογράφηκε το 1947 από 23 χώρες, και τις τρεις βασικές αρχές της, δηλαδή την αμοιβαιότητα, τη μη διάκριση και την εθνική μεταχείριση. Αναφέρεται η οργάνωση εμπορικών γύρων που κατέληξαν σε πολυμερείς εμπορικές συμφωνίες για τη μείωση των εμποδίων στις συναλλαγές, με ιδιαίτερη έμφαση στον Γύρο της Ουρουγουάης, τον τελευταίο πολυμερή εμπορικό γύρο στο πλαίσιο της GATT, ο οποίος οδήγησε στη δημιουργία του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ). Αναλύεται η Συμφωνία για τις Εμπορικές Πτυχές των Δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS), η οποία ρυθμίζει, μεταξύ άλλων, την προστασία των εμπορικών σημάτων και άλλων δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται το πλαίσιο της διαδικασίας απελευθέρωσης του εμπορίου υπηρεσιών μέσα από την παρουσίαση της Γενικής Συμφωνίας για το Εμπόριο των Υπηρεσιών (General Agreement on Trade in Services, GATS). Όλα τα παραπάνω είναι σημαντικά για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς κατανοούν ότι η βαθμιαία μείωση των εμποδίων στις συναλλαγές συνέβαλε στην αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου. Έπειτα, παρουσιάζεται το υπόδειγμα του μέσου ψηφοφόρου και αναλύεται το υπόδειγμα των Findlay και Wellisz, προκειμένου να διευκρινιστεί ότι η εμπορική πολιτική ενός κράτους μπορεί να επηρεάζεται τόσο από εκλογικές διαδικασίες όσο και από την επιρροή οργανωμένων ομάδων συμφερόντων. Επιπλέον, επεξηγούνται οι έννοιες της ζώνης ελεύθερων συναλλαγών, της τελωνειακής ένωσης, της κοινής αγοράς, της ενιαίας αγοράς και της οικονομικής ένωσης.

2.2.Γ.6 | ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες την έννοια του ισοζυγίου πληρωμών και τα χαρακτηριστικά γνώρισμά του. Αναπτύσσεται διεξοδικά ο τρόπος καταγραφής των συναλλαγών στο ισοζύγιο πληρωμών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με τον λογαριασμό τρεχουσών συναλλαγών, ο οποίος περιλαμβάνει τα αγαθά, τις υπηρεσίες, το πρωτογενές και το δευτερογενές εισόδημα, και με τον λογαριασμό κεφαλαίου, ο οποίος περιλαμβάνει τις κεφαλαιακές μεταβιβάσεις, όπως η διαγραφή χρέους, καθώς και τις αγορές ή τις πωλήσεις μη παραγόμενων μη χρηματοοικονομικών στοιχείων του ενεργητικού. Επιπλέον, παρουσιάζεται ο χρηματοοικονομικός λογαριασμός, ο οποίος επιμερίζεται σε άμεσες επενδύσεις, επενδύσεις χαρτοφυλακίου, χρηματοοικονομικά παράγωγα, λοιπές επενδύσεις και συναλλαγματικά διαθέσιμα. Στη συνέχεια, επεξηγούνται οι σχέσεις ανάμεσα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και στις κύριες μακροοικονομικές μεταβλητές, δηλαδή στην αποταμίευση, στις επενδύσεις και στο δημοσιονομικό ισοζύγιο. Έπειτα, διευκρινίζονται οι σχέσεις ανάμεσα στις προαναφερθείσες ροές κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, καθώς και η σχέση τους με το απόθεμα εξωτερικών χρηματοοικονομικών στοιχείων ενεργητικού και παθητικού μιας χώρας. Ως εκπαιδευτική πρακτική ενδείκνυται να χρησιμοποιηθεί η εμπλουτισμένη εισήγηση, προκειμένου να αναπτυχθούν και να διευκρινιστούν όλοι οι σημαντικοί όροι. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, μπορούν να παρουσιάσουν στην αίθουσα της τάξης τις βασικές αρχές του νομισματικού συστήματος που εγκαθιδρύθηκε το 1944 στη Διάσκεψη του Bretton Woods και τις δυσκολίες του συστήματος.

2.2.Γ.7 | ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες την έννοια του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών και του διαχρονικού εμπορίου. Αναλύονται οι διαχρονικές επιλογές, το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και οι ροές κεφαλαίων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών, η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη ροή κεφαλαίων. Περιγράφονται ο ρόλος των επενδύσεων στο διαχρονικό υπόδειγμα, καθώς και το υπόδειγμα χωρίς επενδύσεις. Παρουσιάζονται το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και η βιωσιμότητα του εξωτερικού χρέους και αναλύεται το θεωρητικό κριτήριο βιωσιμότητας. Έπειτα, αναλύονται και επεξηγούνται οι παραδοσιακές προσεγγίσεις που αποβλέπουν στον προσδιορισμό των μακροοικονομικών παραγόντων των εισαγωγών και των εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών. Αναλύεται ο αντίκτυπος των σχετικών τιμών, των οποίων η διακύμανση καθορίζεται από την εξέλιξη της συναλλαγματικής ισοτιμίας ή/και των εγχώριων και διεθνών τιμών. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι διαφορετικές επιπτώσεις των παγκόσμιων ανισορροπιών στα ισοζύγια τρεχουσών συναλλαγών. Διευκρινίζεται ο αντίκτυπος μιας μεταβολής της

συναλλαγματικής ισοτιμίας στο εμπορικό ισοζύγιο, ενώ παράλληλα αναλύονται οι εισοδηματικές επιπτώσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις παγκόσμιες ανισοροπίες των ισοζυγίων τρεχουσών συναλλαγών και στις συναλλαγματικές ισοτιμίες. Όλα τα ανωτέρω βοηθούν τους/τις εκπαιδευομένους/-ες να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στα καθήκοντά τους. Ως εκπαιδευτική πρακτική ενδείκνυται να χρησιμοποιηθεί η εμπλουτισμένη εισήγηση, προκειμένου να αναπτυχθούν και να διευκρινιστούν όλοι οι σημαντικοί όροι.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Guillochon, B., Kawecki, A. & Venet, B. (2015). *Διεθνής οικονομική: Διεθνές εμπόριο και μακροοικονομία* (7η γαλλική έκδοση), (μτφρ. Π. Μπουρλάκης). Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Parkin, M., Powell, M. & Matthews, K. (2013). *Αρχές οικονομικής* (μτφρ. Ε. Αντώνογλου & Γ. Σιδεράς). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Συμπληρωματικές

1. Begg, D., Vernasca, G., Fischer, S. & Dornbusch, R. (2023). *Εισαγωγή στην οικονομική* (4η ελληνική έκδοση), (μτφρ. Ε. Θάνου & Π. Παπαδοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2016). *Διεθνής οικονομική: Θεωρία και πολιτική* (4η βελτιωμένη έκδοση), (μτφρ. Γ. Λαντούρης). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

2.2.Δ • ΔΙΕΘΝΗ ΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Διεθνή νομικά θέματα» έχει ως στόχο να παρουσιάσει τις νομικές αρχές που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της αλληλεξάρτησης μεταξύ του δικαίου, της οικονομίας και του εμπορίου. Παράλληλα, προσδιορίζεται η έννοια του διεθνούς οικονομικού δικαίου και αναλύονται οι παράγοντες των διεθνών οικονομικών σχέσεων. Μετά το πέρας της μαθησιακής ενότητας «Διεθνή νομικά θέματα», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις νομικές αρχές που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα,
- Συσχετίζουν την αλληλεξάρτηση μεταξύ του δικαίου και της οικονομίας,
- Αναγνωρίζουν τις νομικές σχέσεις της επιχείρησης με τους καταναλωτές,
- Διακρίνουν τα βασικά είδη συμβάσεων εργασίας,
- Αναδεικνύουν τον ρόλο του ανταγωνισμού στο διεθνές εμπόριο,
- Περιγράφουν τους μηχανισμούς επίλυσης διαφορών που ανακύπτουν στο πλαίσιο των διεθνών εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Οικονομική δραστηριότητα / Δίκαιο και οικονομία / Συμβάσεις εργασίας / Ανταγωνισμός / Διεθνές οικονομικό δίκαιο / Σχέσεις επιχείρησης και καταναλωτή.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
2	ΔΙΚΑΙΟ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΟ
3	ΝΟΜΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
4	ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
5	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
6	ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΙΤΗΣΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Δ.1 | ΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στις βασικές νομικές αρχές που στηρίζουν και ρυθμίζουν την οικονομική δραστηριότητα, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς το δίκαιο παρέχει το θεμέλιο για τη διαμόρφωση των οικονομικών σχέσεων μεταξύ κρατών, οργανισμών και επιχειρήσεων. Εξετάζονται οι αρχές της ελευθερίας της οικονομικής δραστηριότητας, της προστασίας του ανταγωνισμού, της διαφάνειας, της σταθερότητας και της δίκαιης λειτουργίας της αγοράς. Επιπλέον, αναλύεται ο ρόλος των νομικών κανόνων στον περιορισμό αθέμιτων οικονομικών πρακτικών και στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, ενώ εξετάζεται και η σύνδεση του δικαίου με τις οικονομικές πολιτικές,

όπως οι φορολογικές ρυθμίσεις, οι επιδοτήσεις και οι κανονισμοί για τις χρηματοπιστωτικές αγορές. Μέσω της ανάλυσης πρακτικών παραδειγμάτων και θεωρητικών προσεγγίσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αναγνωρίζουν και να εφαρμόζουν αυτές τις αρχές στην καθημερινή επαγγελματική τους ζωή και να τις συνδέουν με πραγματικές οικονομικές καταστάσεις. Η υποενότητα αποσκοπεί στην κατανόηση της κρίσιμης σημασίας των νομικών κανόνων για τη διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας των αγορών και για την εξισορρόπηση των συμφερόντων των διαφόρων οικονομικών φορέων. Η διδασκαλία μπορεί να ενισχυθεί με τη χρήση διαφανειών (PowerPoint), καθώς και με πρακτικά παραδείγματα για την καλύτερη κατανόηση της εφαρμογής των κανόνων στην πράξη.

2.2.Δ.2 | ΔΙΚΑΙΟ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση της στενής, πολυεπίπεδης και αμφίδρομης σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ του δικαίου, της οικονομίας και του εμπορίου στο πλαίσιο της παγκόσμιας οικονομικής διακυβέρνησης. Μέσα από θεωρητικές προσεγγίσεις, την ανάλυση παραδειγμάτων και τη μελέτη θεσμικών εξελίξεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να αναγνωρίσουν τον καθοριστικό ρόλο του διεθνούς οικονομικού δικαίου στη διαμόρφωση του πλαισίου λειτουργίας των αγορών, στην ενίσχυση της διαφάνειας, της ασφάλειας και της σταθερότητας στις διεθνείς οικονομικές σχέσεις, καθώς και στη ρύθμιση των όρων του ανταγωνισμού. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δυναμική επίδραση των οικονομικών και εμπορικών εξελίξεων στις νομικές ρυθμίσεις, καθώς και στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι κανόνες δικαίου προσαρμόζονται ή επαναπροσδιορίζονται, προκειμένου να ανταποκριθούν σε μεταβαλλόμενα παγκόσμια δεδομένα, όπως οι οικονομικές κρίσεις, οι εμπορικές εντάσεις και οι τεχνολογικές αλλαγές. Ως τεχνικές διδασκαλίας προτείνονται η αξιοποίηση διαδραστικών μεθόδων, όπως οι μελέτες περίπτωσης (case studies), η μελέτη επιλεγμένων αποφάσεων διεθνών οργανισμών, π.χ. του ΠΟΕ και του ΔΝΤ, η παρουσίαση διαφανειών (PowerPoint), καθώς και η συζήτηση πραγματικών σεναρίων που αναδεικνύουν την αλληλεξάρτηση δικαίου και οικονομίας. Μέσω αυτών των εργαλείων επιδιώκεται να καλλιεργηθεί η κριτική σκέψη και να αναπτυχθούν δεξιότητες πρακτικής εφαρμογής των νομικών γνώσεων στην οικονομική και εμπορική πραγματικότητα.

2.2.Δ.3 | ΝΟΜΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση του νομικού πλαισίου που διέπει τις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις βασικές αρχές και ρυθμίσεις που απορρέουν από το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, τις υποχρεώσεις των επιχειρήσεων ως προς τη διαφάνεια, την πληροφόρηση και την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, καθώς και τα δικαιώματα των καταναλωτών σε περίπτωση

ελαττωματικών προϊόντων, παραπλανητικών πρακτικών ή αθέμιτων όρων. Παράλληλα, αναλύονται θέματα που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, τη σύναψη συμβάσεων και τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών. Η υποενότητα στοχεύει στην κατανόηση των βασικών νομικών υποχρεώσεων και δικαιωμάτων και στην ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων, όπως η αξιολόγηση συμβατικών όρων υπό το πρίσμα του δικαίου προστασίας του καταναλωτή και η εφαρμογή των σχετικών ρυθμίσεων σε ρεαλιστικά εμπορικά σενάρια. Για την υποστήριξη της διδασκαλίας προτείνονται η αξιοποίηση μελετών περίπτωσης και υποθέσεων από τη νομολογία, η χρήση παρουσιάσεων PowerPoint για την αποσαφήνιση βασικών εννοιών, καθώς και η υλοποίηση δραστηριοτήτων εφαρμογής, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν παραβάσεις σε εικονικά εμπορικά σενάρια. Επιπλέον, ενδείκνυνται η ομαδική συζήτηση και η ανταλλαγή απόψεων για την επίλυση διαφορών, η ανάλυση ενδεικτικής σύμβασης πώλησης με σκοπό την αναγνώριση πιθανών αθέμιτων όρων και η εφαρμογή των σχετικών νομικών ρυθμίσεων μέσα από σύντομες ασκήσεις κρίσης και ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής.

2.2.Δ.4 | ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η υποενότητα αυτή εστιάζεται στην κατανόηση της ποικιλομορφίας των συμβάσεων εργασίας και στις βασικές νομικές αρχές που τις διέπουν, συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών κατάρτισης, τροποποίησης και καταγγελίας τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα κύρια είδη συμβάσεων, όπως οι συμβάσεις ορισμένου και αορίστου χρόνου, πλήρους και μερικής απασχόλησης, εξαρτημένης και ανεξάρτητης εργασίας κ.λπ., με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από αυτές, καθώς και με τις ιδιαιτερότητες κάθε τύπου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις νομικές προϋποθέσεις καταγγελίας σύμβασης εργασίας από τον εργοδότη ή τον εργαζόμενο, στη διαδικασία που απαιτείται, π.χ. έγγραφη μορφή, προειδοποίηση και αποζημίωση, και στις ρυθμίσεις για την προστασία των εργαζομένων που προβλέπει το εργατικό δίκαιο. Εξετάζονται επίσης η έννοια της καταχρηστικότητας, η άκυρη απόλυση και οι νομικές συνέπειές τους. Η διδασκαλία μπορεί να υποστηριχθεί με τη χρήση πραγματικών ή υποθετικών υποδειγμάτων συμβάσεων εργασίας, την ανάλυση εργατικής νομολογίας, σύντομες ασκήσεις κατανόησης, σωστού-λάθους και πολλαπλής επιλογής, καθώς και συζήτηση σε ομάδες γύρω από σενάρια καταγγελίας συμβάσεων. Επιπλέον, προτείνονται η προσομοίωση σύνταξης σύμβασης εργασίας και η επίλυση υποθέσεων με βάση την ισχύουσα εργατική νομοθεσία.

2.2.Δ.5 | ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η υποενότητα αυτή εστιάζεται στη θεμελιώδη σύνδεση μεταξύ του ανταγωνισμού και του διεθνούς εμπορίου, αναδεικνύοντας τη σημασία του υγιούς ανταγωνισμού για την επίτευξη αποτελεσματικών και δίκαιων εμπορικών σχέσεων. Ο ανταγωνισμός αποτελεί βασικό παράγοντα που ενισχύει την καινοτομία, την ποιότητα των

προϊόντων και τη δυνατότητα των καταναλωτών να επιλέγουν μεταξύ διαφορετικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές. Στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου, ο ανταγωνισμός ενισχύει τη διασυνοριακή κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών και επιτρέπει στις χώρες να εντάσσονται σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, επωφελούμενες από εξειδικευμένες αγορές και αποδοτικότερες παραγωγικές διαδικασίες. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός μπορεί να υπονομευθεί από πρακτικές που στρεβλώνουν τις αγορές, όπως η δημιουργία μονοπωλίων, τα καρτέλ, οι υπερβολικές κρατικές επιδοτήσεις ή η καταστρατήγηση των κανόνων του ελεύθερου εμπορίου. Σε διεθνές επίπεδο, οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ) διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη ρύθμιση του διεθνούς εμπορίου και στην επίλυση διαφορών που προκύπτουν μεταξύ κρατών, συμβάλλοντας στη διασφάλιση της συμβατότητας των εμπορικών πρακτικών με τις διεθνείς συμφωνίες και τους κανονισμούς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν τις βασικές αρχές του ανταγωνισμού και τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτικές ανταγωνισμού σε διάφορες χώρες επηρεάζουν τη διεθνή εμπορική αγορά. Παράλληλα, εξετάζουν τις νομικές συνέπειες της παραβίασης αυτών των κανόνων και τη σημασία της διατήρησης δίκαιων όρων για όλες τις χώρες που συμμετέχουν στις παγκόσμιες εμπορικές συναλλαγές. Η διδασκαλία μπορεί να περιλαμβάνει τη μελέτη πραγματικών παραδειγμάτων και περιπτώσεων παραβίασης κανόνων ανταγωνισμού, παρουσιάσεις και ομαδικές συζητήσεις, καθώς και την ανάλυση αποφάσεων του ΠΟΕ και άλλων διεθνών οργανισμών σχετικά με τη διατήρηση δίκαιων όρων στο διεθνές εμπόριο.

2.2.Δ.6 | ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΙΤΗΣΙΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στους μηχανισμούς επίλυσης διαφορών που ανακύπτουν στο πλαίσιο των διεθνών εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις βασικές μορφές επίλυσης διαφορών, όπως η διαπραγμάτευση, η διαμεσολάβηση, η διαιτησία και η δικαστική επίλυση διαφορών, καθώς και με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε διαδικασίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διεθνή εμπορική διαιτησία ως τον πλέον διαδεδομένο τρόπο επίλυσης διαφορών στις διεθνείς επιχειρηματικές συναλλαγές.

Παρουσιάζονται οι βασικοί διεθνείς θεσμοί και κανόνες που διέπουν τη διαιτησία, όπως η Σύμβαση της Νέας Υόρκης για την αναγνώριση και την εκτέλεση αλλοδαπών διαιτητικών αποφάσεων, καθώς και οι διαδικασίες που εφαρμόζουν τα διεθνή διαιτητικά κέντρα. Παράλληλα, αναλύεται ο μηχανισμός επίλυσης διαφορών του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου και η σημασία του για τη διατήρηση της σταθερότητας στις διεθνείς εμπορικές σχέσεις.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πραγματικές περιπτώσεις εμπορικών διαφορών μεταξύ επιχειρήσεων και κρατών, κατανοώντας τα αίτια που τις προκαλούν και τους τρόπους αντιμετώπισής τους. Η μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στην ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων ως προς την αναγνώριση νομικών κινδύνων στις διε-

θνείς συναλλαγές, την επιλογή κατάλληλων μηχανισμών επίλυσης διαφορών και την κατανόηση των συνεπειών μιας διεθνούς εμπορικής διαφοράς για τις επιχειρήσεις και τις αγορές.

Για την υποστήριξη της διδασκαλίας προτείνονται μελέτες περίπτωσης διεθνών εμπορικών διαφορών, προσομοιώσεις διαδικασιών διαπραγμάτευσης και διαιτησίας, ομαδικές εργασίες, καθώς και η ανάλυση πραγματικών αποφάσεων διεθνών διαιτητικών οργάνων και του μηχανισμού επίλυσης διαφορών του ΠΟΕ.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Herdegen, M. (2019). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο* (2η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Γκλαβίνης, Π. (2009). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο: Γενικές αρχές, διεθνές εμπόριο, ξένες επενδύσεις*. Αθήνα-Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα.

Συμπληρωματικές

1. Μπρεδήμας, Α. & Γουργουρίνης, Α. (2018). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο: Το δίκαιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.

2.2.Ε • ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα εστιάζεται στην ανάπτυξη σύγχρονων πρακτικών διαχείρισης πελατειακών και επιχειρηματικών σχέσεων στο περιβάλλον του διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με μεθόδους εντοπισμού, αξιολόγησης και προσέγγισης νέων πελατών, καθώς και με τεχνικές διατήρησης και ενδυνάμωσης των σχέσεων με υφιστάμενους πελάτες και στρατηγικούς εταίρους. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση συστημάτων διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management, CRM) για την οργάνωση, την παρακολούθηση και την αξιοποίηση πληροφοριών που υποστηρίζουν τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.

Παράλληλα, εξετάζονται οι αρχές της αποτελεσματικής διαπροσωπικής επικοινωνίας και της ανατροφοδότησης στο πλαίσιο της συνεργασίας με πελάτες και εταίρους διαφορετικών πολιτισμικών χαρακτηριστικών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες αξιολόγησης της αξίας και των προοπτικών συνεργασίας με υφιστάμενους ή δυνητικούς εταίρους, λαμβάνοντας υπόψη οικονομικά, εμπορικά και στρατηγικά κριτήρια.

Η μαθησιακή ενότητα αποσκοπεί στην καλλιέργεια πελατοκεντρικής αντίληψης, στην ενίσχυση της ικανότητας διαχείρισης επαγγελματικών σχέσεων σε διεθνές περιβάλλον και στην ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη εμπορικών συνεργασιών και δικτύων. Μέσα από παραδείγματα, μελέτες περίπτωσης και εφαρμογές επιχειρησιακών εργαλείων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προετοιμάζονται να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στις απαιτήσεις της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναλύουν, να αξιολογούν και να παρακολουθούν τις μεθόδους διασφάλισης νέων πελατών,
- Αναδεικνύουν τον σημαντικό ρόλο του λογισμικού διαχείρισης πελατειακών σχέσεων,
- Αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της διαπροσωπικής επικοινωνίας (λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία, συνάφεια, ανατροφοδότηση, συμπεριφορές των διαμεσολαβητών),
- Αναλύουν και να προσδιορίζουν την αξία ενός εταίρου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διασφάλιση πελατών / Παρακολούθηση σχέσεων / Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM) / Ανατροφοδότηση / Επικοινωνία / Διαπολιτισμικότητα / Εμπορικά δίκτυα / Συνεργασία / Αξιολόγηση εταίρων / Πελατοκεντρική προσέγγιση / Στρατηγικές πωλήσεων / Διεθνές εμπόριο.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ
2	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ
3	ΧΡΗΣΗ CRM ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
4	ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΟΥΣ
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
6	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΕΤΑΙΡΟΥΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.E.1 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΝΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενοότητα επικεντρώνεται στην ανάλυση και στην αξιολόγηση μεθόδων διασφάλισης νέων πελατών στο διεθνές εμπορικό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τρόπους εντοπισμού δυνητικών πελατών, οργανώνουν τις ενέργειες πρώτης επαφής και προσδιορίζουν κριτήρια για την επιλογή εκείνων που ευθυγραμμίζονται με το προφίλ της επιχείρησης. Αναγνωρίζουν τη σημασία του σχεδιασμού ενεργειών προσέγγισης που λαμβάνουν υπόψη τη γλώσσα, την επιχειρηματική κουλτούρα και τα καταναλωτικά χαρακτηριστικά κάθε χώρας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενοότητας, αναλύονται διαφορετικές μέθοδοι εντοπισμού πελατών, όπως η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις, η χρήση εξειδικευμένων διαδικτυακών βάσεων δεδομένων, οι πλατφόρμες B2B και οι επαφές μέσω τοπικών αντιπροσώπων ή εμπορικών γραφείων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς κάθε μεθόδου και αξιολογούν δείκτες, όπως η πιθανότητα συνεργασίας, το κόστος προσέγγισης και ο χρόνος απόκρισης. Η μαθησιακή υποενοότητα εστιάζεται στη διαμόρφωση μιας οργανωμένης και επαναλαμβανόμενης διαδικασίας προσέγγισης πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν στρατηγική σκέψη, εντοπίζουν τις αποτελεσματικότερες μεθόδους προσέγγισης και διατυπώνουν δείκτες μέτρησης της απόδοσης (KPIs) για κάθε μέθοδο. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να επιλέξουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Για τον σκοπό αυτόν, εντοπίζουν τρεις κατάλληλες μεθόδους διασφάλισης πελατών σε συγκεκριμένη αγορά, τις αξιολογούν με βάση επιλεγμένα κριτήρια και παρουσιάζουν τις προτάσεις τους μέσω σύντομου πλάνου δράσης.

2.2.E.2 | ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενοότητα επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την παρακολούθηση της πορείας και της δραστηριότητας των υφιστάμενων πελατών, καθώς και για την ενίσχυση των σχέσεων συνεργασίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τρόπους συστηματικής επικοινωνίας και περιγράφουν παραδείγματα ενεργειών που ενισχύουν την εμπιστοσύνη, τη συνέπεια και την αίσθηση μακροχρόνιας αξίας. Εστιάζουν στην αναγνώριση της εμπορικής δυναμικής κάθε πελάτη και διατυπώνουν κριτήρια για την αξιολόγηση της απόδοσής του. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενοότητας, αναλύεται η σημασία της εξατομικευμένης υποστήριξης, της συνέπειας στις συμφωνημένες παραδόσεις και της συνεχούς ανατροφοδότησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αξιολογούν τη σημασία των επαναλαμβανόμενων πωλήσεων, της επέκτασης των συνεργασιών και της ενίσχυσης της εμπλοκής του πελάτη. Επιπλέον, οργανώνουν εργαλεία παρακολούθησης, όπως αναφορές συναλλαγών, ιστορικό επικοινωνίας, ερωτηματολόγια ικανοποίησης και δείκτες απόδοσης (KPIs) που σχετίζονται με τη

διατήρηση πελατών. Ερμηνεύουν πώς τα δεδομένα αυτά οδηγούν σε εμπορικές βελτιώσεις και προσαρμογές της στρατηγικής. Η μαθησιακή υποεπενότητα εστιάζεται στην ανάπτυξη κουλτούρας πελατοκεντρικότητας και στη μακροχρόνια αξία των σχέσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν μεταξύ παθητικής διατήρησης πελατών και ενεργητικής ενίσχυσης των σχέσεων, υιοθετώντας προσεγγίσεις που βασίζονται στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας και αμοιβαίας κατανόησης. Επιπλέον, περιγράφουν τον ρόλο της πρόβλεψης αναγκών, της τακτικής επικοινωνίας και της παροχής λύσεων που υπερβαίνουν τις προσδοκίες. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να δημιουργήσουν ένα πλάνο διαχείρισης και παρακολούθησης υφιστάμενων πελατών για μια επιχείρηση διεθνούς εμπορίου. Το πλάνο περιλαμβάνει δράσεις επικοινωνίας, δείκτες απόδοσης, τρόπους αναγνώρισης ευκαιριών επέκτασης και ενέργειες ενίσχυσης της εμπιστοσύνης. Στη συνέχεια, παρουσιάζουν σε ομάδες το σκεπτικό τους και συγκρίνουν διαφορετικά μοντέλα προσέγγισης.

2.2.E.3 | ΧΡΗΣΗ CRM ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπενότητα επικεντρώνεται στη χρήση λογισμικού Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management, CRM) ως εργαλείου οργάνωσης και ενίσχυσης της εμπορικής δραστηριότητας στις διεθνείς αγορές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες ενός CRM, όπως η αποθήκευση στοιχείων επαφής, η παρακολούθηση του ιστορικού συναλλαγών, η καταγραφή ευκαιριών πώλησης και η δημιουργία αυτοματοποιημένων υπενθυμίσεων και επικοινωνιών. Εντοπίζουν τον ρόλο της τεχνολογίας στην ενοποίηση των εμπορικών πληροφοριών και στην υποστήριξη της λήψης αποφάσεων. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπενότητας, αναλύονται τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το CRM στην αποτελεσματική διαχείριση υφιστάμενων και δυνητικών πελατών: η εξατομίκευση της προσέγγισης, η αύξηση της παραγωγικότητας, η αποδοτικότερη διαχείριση του χρόνου και η σαφής παρακολούθηση της εμπορικής επίδοσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν δεδομένα, ταξινομούν πελάτες ανά προτεραιότητα, παρακολουθούν τα στάδια της εμπορικής επικοινωνίας και αξιολογούν την ωριμότητα κάθε επαφής. Επίσης, συγκρίνουν διαφορετικά συστήματα CRM, π.χ. Zoho, HubSpot και Salesforce, και αναγνωρίζουν τα κριτήρια επιλογής του κατάλληλου εργαλείου για εξαγωγικές επιχειρήσεις. Η μαθησιακή υποεπενότητα εστιάζεται στην ενσωμάτωση τεχνολογικών εργαλείων στην καθημερινή εμπορική πρακτική. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι το CRM αποτελεί στρατηγική πλατφόρμα ενίσχυσης της πελατειακής σχέσης και υπερβαίνει τη λειτουργία μιας απλής βάσης δεδομένων. Περιγράφουν τη σημασία της διαρκούς ενημέρωσης, της ακρίβειας των δεδομένων και της αξιοποίησης αναφορών για την πρόβλεψη τάσεων. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναλύσουν μελέτη περίπτωσης επιχείρησης που ενσωμάτωσε CRM στο διεθνές εμπορικό της πλάνο. Σε ομάδες, καταρτίζουν πίνακα με τις

λειτουργίες που υποστηρίζουν την εμπορική ανάπτυξη και προτείνουν τρόπους με τους οποίους η τεχνολογία αυτή ενισχύει τη μακροχρόνια διατήρηση πελατών.

2.2.E.4 | ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΟΥΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για τη διαχείριση της διαπροσωπικής επικοινωνίας και την παροχή αποτελεσματικής ανατροφοδότησης στο πλαίσιο των σχέσεων με πελάτες και εταίρους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βασικά χαρακτηριστικά της λεκτικής και της μη λεκτικής επικοινωνίας, αναγνωρίζουν τις πολιτισμικές διαφορές που επηρεάζουν την επικοινωνία και εντοπίζουν τεχνικές ενεργητικής ακρόασης και ενσυναίσθησης. Εστιάζουν στον τρόπο με τον οποίο η ποιότητα της επικοινωνίας επηρεάζει την αξιοπιστία, την κατανόηση και την εμπιστοσύνη. Κατά τη διάρκεια της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται μορφές και τεχνικές ανατροφοδότησης που εφαρμόζονται σε εμπορικά και επιχειρηματικά περιβάλλοντα, όπως η ανατροφοδότηση τύπου SBI (Situation, Behavior, Impact) και οι βασικές αρχές της εποικοδομητικής κριτικής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τη σημασία της σαφήνειας, της συνάφειας και της διακριτικότητας στην επικοινωνία, περιγράφουν παραδείγματα ορθής και εσφαλμένης ανατροφοδότησης και ερμηνεύουν πώς αυτή συμβάλλει στη βελτίωση της συνεργασίας. Παράλληλα, προσδιορίζουν τρόπους διαχείρισης δύσκολων συνομιλιών, ενστάσεων ή παρεξηγήσεων που συχνά προκύπτουν σε διεθνή περιβάλλοντα. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην αποτελεσματική και επαγγελματική επικοινωνία ως εργαλείο διατήρησης και ενδυνάμωσης των εμπορικών σχέσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν πότε είναι απαραίτητη η προσωπική επαφή, πότε επαρκεί η γραπτή επικοινωνία και πώς προσαρμόζουν τον τόνο και το ύψος ανάλογα με το προφίλ του πελάτη ή του εταίρου. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να συμμετάσχουν σε παιχνίδια ρόλων, στο οποίο αναπαριστούν συνθήκες εμπορικής επικοινωνίας με πελάτη σε ξένη αγορά. Καλούνται να δώσουν και να λάβουν ανατροφοδότηση, να ερμηνεύσουν μη λεκτικά σήματα και να καταγράψουν προτάσεις βελτίωσης για μελλοντικές επαφές.

2.2.E.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να αναπτύξει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες δεξιότητες διαχείρισης και ανάπτυξης δικτύων εμπορικών επαφών σε ένα πολυπολιτισμικό διεθνές περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τα βασικά στοιχεία ενός λειτουργικού επαγγελματικού δικτύου, περιγράφουν τον ρόλο της εμπιστοσύνης και της πολιτισμικής ευαισθησίας και οργανώνουν τρόπους σύνδεσης και διατήρησης επαφών με διά ζώσης και ψηφιακά μέσα. Εστιάζουν στη σημασία της γνώσης των συνθηκών, των κανόνων και των ιδιοτεροτήτων της αγοράς κάθε χώρας στην οποία δραστηριοποιούνται. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύ-

ονται παραδείγματα δικτύων που έχουν δημιουργηθεί μέσω εμπορικών αποστολών, επαγγελματικών οργανώσεων, εμπορικών εκθέσεων, διεθνών πλατφορμών B2B και επιμελητηρίων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πώς τα πολυπολιτισμικά δίκτυα ενισχύουν την εμπορική διείσδυση, αυξάνουν την ευελιξία της επιχείρησης και παρέχουν πληροφορίες πρώιμης προειδοποίησης για αλλαγές στην αγορά. Παράλληλα, προσδιορίζουν πολιτισμικά στοιχεία που επηρεάζουν την αλληλεπίδραση, όπως η στάση απέναντι στον χρόνο, η ιεραρχία, το ύψος επικοινωνίας και οι αντιλήψεις περί εμπιστοσύνης. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στη διαχείριση της διαφορετικότητας ως πηγής ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν την ανάγκη για συνεχή συντήρηση των επαφών, για προσαρμογή σε νέα δεδομένα και για ανάληψη πρωτοβουλιών που ενισχύουν τη συνεργασία. Αναγνωρίζουν ότι τα δίκτυα αποτελούν δυναμικούς μηχανισμούς πληροφόρησης και επιρροής, πέρα από την απλή καταγραφή ονομάτων. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να καταγράψουν ένα υποθετικό ή πραγματικό εμπορικό δίκτυο σε ξένη αγορά και να αναλύσουν το είδος των σχέσεων, το επίπεδο δέσμευσης και τις στρατηγικές ενίσχυσής του. Εναλλακτικά, προτείνεται να δημιουργήσουν έναν οδηγό πολιτισμικών διαφορών που επηρεάζουν τις εμπορικές επαφές ανά χώρα-στόχο.

2.2.E.6 | ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΕΤΑΙΡΟΥΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποεπάρκεια προσφέρει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες για την αξιολόγηση της αξίας υφιστάμενων ή δυνητικών εμπορικών εταίρων και τον στρατηγικό σχεδιασμό συνεργασιών σε διεθνές περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τα βασικά κριτήρια αξιολόγησης, όπως η φερεγγυότητα, η εμπορική φήμη, η συμβατότητα στόχων, η επιχειρησιακή ετοιμότητα και η πολιτισμική προσέγγιση. Περιγράφουν πώς οι στρατηγικές συνεργασίες ενισχύουν τη διείσδυση σε νέες αγορές, προσφέρουν πρόσβαση σε δίκτυα και μειώνουν τον εμπορικό κίνδυνο. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τη διαδικασία χαρτογράφησης πιθανών εταίρων, ερμηνεύουν παραδείγματα επιτυχημένων και αποτυχημένων συνεργασιών και συγκρίνουν διαφορετικούς τύπους συμμαχιών, όπως οι συνεργασίες διανομής, αποκλειστικής αντιπροσώπευσης, κοινοπραξίας ή τεχνικής υποστήριξης. Οργανώνουν δεδομένα με τη μορφή πινάκων ανάλυσης κινδύνου και οφέλους και εφαρμόζουν απλά μοντέλα λήψης αποφάσεων για την επιλογή εταίρου με στρατηγικά κριτήρια. Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στη μακροπρόθεσμη προσέγγιση της συνεργασίας ως μηχανισμού από κοινού εξέλιξης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν μεταξύ τακτικής και στρατηγικής συμμαχίας και αναγνωρίζουν ότι η επιλογή εταίρου βασίζεται σε οικονομικά στοιχεία, καθώς και σε ανθρώπινους και πολιτισμικούς παράγοντες. Περιγράφουν επίσης τη σημασία της συνεχούς αναθεώρησης των συνεργασιών με βάση την πορεία και τις ανάγκες της αγοράς. Προτείνεται στους/στις εκπαιδευομένους/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να μελετήσουν περιπτώσεις επιχειρήσεων που ανέπτυξαν

διεθνείς συνεργασίες. Στη συνέχεια, δημιουργούν πίνακα αξιολόγησης εταίρου και προτείνουν εναλλακτικά σενάρια συνεργασίας με βάση διαφορετικές στρατηγικές στόχευσης της αγοράς.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παλταγιάν, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. & Αιγυπτιάδης, Α. (2021). *Διοίκηση διαδικασιών στο διεθνές εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.
2. Νικολέττη-Μορφίτου, Ρ. (2019). *Κατανοώντας τις πωλήσεις: Στοχεύστε πελάτες, κλείστε συμφωνίες, κερδίστε με νέες πωλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Συμπληρωματικές

1. Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2020). *Μάρκετινγκ 4.0: Η μετάβαση από το παραδοσιακό στο ψηφιακό μάρκετινγκ* (μτφρ. Θ. Χαλιώτης & Π. Καναβός). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
2. Goleman, D. (2011). *Η συναισθηματική νοημοσύνη στον χώρο της εργασίας* (μτφρ. Φ. Μεγαλούδη). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

2.2.ΣΤ • ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ II

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Ξένη γλώσσα II, Αγγλικά» έχει ως στόχο την αποτελεσματική χρήση του προφορικού λόγου και την ανάπτυξη της ικανότητας γραφής και ανάγνωσης. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της γραμματικής και της σύνταξης της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ., και στον χειρισμό βασικού και εκτεταμένου λεξιλογίου. Μετά το πέρας της μαθησιακής ενότητας «Ξένη γλώσσα II, Αγγλικά», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τον προφορικό λόγο και να αναπτύξουν την ικανότητα γραφής και ανάγνωσης,*
- Αναγνωρίζουν τη γραμματική και τη σύνταξη της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ.,

- Χειρίζονται βασικό και εκτεταμένο λεξιλόγιο,*
- Χρησιμοποιούν γραμματικές δομές και εξειδικευμένη οικονομική ορολογία σε επικοινωνιακές περιστάσεις που αφορούν διεθνείς οικονομικές δραστηριότητες και την επιχειρηματική εθιμοτυπία.**

*(Ευρωπαϊκό Χαρτοφυλάκιο Γλωσσών – Επίπεδο B2).

**Στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες προσφέρεται πρακτική προσέγγιση μέσω της εξέτασης και της επίλυσης θεμάτων που προσομοιώνουν πραγματικές καταστάσεις, με τις οποίες ασχολούνται τα στελέχη των επιχειρήσεων κατά την καθημερινή διεθνή δραστηριότητά τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Γλωσσικονοητικές έννοιες / Γραπτό κείμενο / Διαπραγμάτευση / Εμπορικές πληροφορίες / Επικοινωνιακός λόγος / Επίσημος λόγος / Κώδικας επικοινωνίας / Λεκτικές πράξεις / Λήψη αποφάσεων / Παιχνίδι ρόλων / Προφορικό κείμενο.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΓΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II
2	ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II
3	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II
4	ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΓΛΩΣΣΙΚΟΝΟΗΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II
5	ΛΕΚΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II
6	ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΧΡΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Κείμενο αναφοράς

2.2.ΣΤ.1 | ΕΓΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα εμβαθύνει στον εγγραμματισμό στην αγγλική γλώσσα και στην απόκτηση γνώσεων για τη μορφή, τη δομή και τις λειτουργίες της. Αναπτύσσονται περαιτέρω οι επικοινωνιακές ικανότητες των εκπαιδευόμενων ως προς τον χειρισμό πληροφοριών και γνώσεων, ώστε, ως επαγγελματίες, να συμμετέχουν ενεργά στο διεθνές εμπορικό περιβάλλον. Καλλιεργούνται ο προφορικός και ο γραπτός λόγος, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να προσλαμβάνουν και να αξιοποιούν εμπορικές πληροφορίες, γνώσεις και απόψεις σε προφορική και γραπτή μορφή. Ο λόγος τους δομείται, οργανώνεται και τεκμηριώνεται για την έκφραση σκέψεων,

συναισθημάτων και προσωπικών απόψεων, ώστε να ανταποκρίνεται σε κάθε επικοινωνιακή περίσταση της αγγλικής εμπορικής γλώσσας. Αναπτύσσονται στρατηγικές επικοινωνίας με κατάλληλες λεκτικές πράξεις σε κάθε περίσταση επικοινωνίας. Μελετώνται κείμενα που επιτρέπουν την προσέγγιση της αισθητικής διάστασης της αγγλικής γλώσσας. Επίσης, αναπτύσσονται δεξιότητες και ικανότητες που εξασφαλίζουν την πρόσβαση στη διά βίου μάθηση, στη συνεργασία, στη διαπραγμάτευση, στη λήψη αποφάσεων και στην αυτοπαρουσίαση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανακαλύπτουν τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ της αγγλικής και της ελληνικής γλώσσας. Χρησιμοποιούνται με συνθετικό τρόπο τα δομικά, μορφοσυντακτικά και λειτουργικά στοιχεία των δύο γλωσσών. Με αυτόν τον τρόπο αναπτύσσεται η ικανότητα αξιοποίησης πληροφοριών για την παρουσίαση ιδεών και απόψεων σε διάφορες επικοινωνιακές περιστάσεις. Ενισχύεται η επίγνωση της γλωσσικής πολυμορφίας και της λειτουργίας της αγγλικής σε διαφορετικά περιβάλλοντα χρήσης του λόγου, ενώ καλλιεργούνται μεταγλωσσικές και μεταγλωσσικές δεξιότητες.

2.2.ΣΤ.2 | ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η εν λόγω μαθησιακή υποεπάρκεια στοχεύει στην περαιτέρω ενίσχυση της ικανότητας των εκπαιδευομένων να κατανοούν προφορικό και γραπτό λόγο στα αγγλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις ρητές από τις υποδηλούμενες πληροφορίες. Χρησιμοποιούν τα συμφραζόμενα για την κατανόηση των πληροφοριών που μεταδίδονται έμμεσα σε γραπτά αγγλικά κείμενα. Εντοπίζουν τις επιμέρους πληροφορίες σε ένα προφορικό κείμενο και κατανοούν το λεξιλόγιο διαφορετικών γνωστικών αντικειμένων. Διακρίνουν τις απόψεις από τα γεγονότα, τις γενικές από τις ειδικές πληροφορίες και αναγνωρίζουν τα λεκτικά σήματα που υποδηλώνουν την αρχή, τη συνέχιση και το τέλος του αγγλικού λόγου. Επίσης, με βάση τα γλωσσικά, παραγλωσσικά και εξωγλωσσικά στοιχεία, ερμηνεύουν τα κείμενα και αντλούν συνδυαστικές πληροφορίες. Ταυτόχρονα, μελετούν και διορθώνουν τυχόν γλωσσικά και συντακτικά λάθη. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν αγγλόγλωσσα επιστημονικά κείμενα και συγκρίνουν το ειδικό με το γενικό λεξιλόγιο. Αναγνωρίζουν τα λεκτικά σήματα που υποδηλώνουν την αρχή, τη συνέχιση και το τέλος του γραπτού λόγου. Διακρίνουν τις απόψεις από τα γεγονότα, τις γενικές από τις ειδικές πληροφορίες, καθώς και τις σημασιολογικές διαφορές που προκύπτουν από τη διαφορετική διάταξη ή μορφή του κειμένου και από τον διαφορετικό τονισμό ή επιτονισμό. Τέλος, αντλούν πληροφορίες από γραπτά κείμενα και τις μεταδίδουν σε μορφή διαγράμματος, σχεδίου, πίνακα, γραφήματος ή τίτλων στα αγγλικά.

2.2.ΣΤ.3 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπάρκεια εξετάζει σε μεγαλύτερο εύρος και βάθος την παραγωγή προφορικού και γραπτού λόγου στα αγγλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανταποκρίνονται στις πληροφορίες ενός προφορικού ή γραπτού κειμένου, ερμη-

νεύοντας και κάνοντας υποθέσεις και συνδυάζοντας γλωσσικά, παραγλωσσικά και εξωγλωσσικά στοιχεία, για να κατανοήσουν τον συνομιλητή και να επικοινωνήσουν προφορικά με αυτόν. Αφού επιλεγούν οι επικοινωνιακοί στόχοι, χρησιμοποιείται ο κατάλληλος λόγος για κάθε περίπτωση και παρουσιάζονται συνθετικές εργασίες που υποστηρίζουν ιδέες, θέσεις και απόψεις με τρόπο κατανοητό, συγκροτημένο και εύληπτο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνοψίζουν πληροφορίες από διαφορετικά αγγλικά γραπτά κείμενα και τις μεταδίδουν σε μορφή διαγράμματος, σχεδίου, πίνακα, γραφήματος ή συνεχούς λόγου, με τρόπο άμεσο ή έμμεσο. Παράγουν γραπτό λόγο με βάση συγκεκριμένες πληροφορίες, τις οποίες οργανώνουν με λογική αλληλουχία, χρησιμοποιώντας λεξιλόγιο από διαφορετικά γνωστικά πεδία. Τέλος, χρησιμοποιούν σωστά τους συνδέσμους και τα συνεκτικά στοιχεία της αγγλικής γλώσσας κατά την παραγωγή προτάσεων και κειμένων, ώστε ο λόγος τους να είναι συνεκτικός. Για την επίτευξη των παραπάνω, συνιστώνται η δραματοποίηση και το παιχνίδι ρόλων σε συγκεκριμένα πλαίσια, όπως, για παράδειγμα, η γνωριμία εμπορικών αντιπροσώπων και οι συνεντεύξεις με ανθρώπους διαφόρων εμπορικών και διεθνών οργανισμών. Ο επικοινωνιακός λόγος που παράγεται αποσκοπεί στην έκφραση παραπόνων, στην πρόταση λύσεων και στη χρήση επίσημου και ανεπίσημου λόγου στα αγγλικά. Συνιστάται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εμπλέκονται σε συζητήσεις (debates) για θέματα όπως το ελεύθερο εμπόριο ή η λειτουργία καταστημάτων διασκέδασης στην Ελλάδα και σε αγγλόφωνες χώρες.

2.2.ΣΤ.4 | ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΓΛΩΣΣΙΚΟΝΟΗΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοούν και να παράγουν σύνθετο αγγλικό προφορικό λόγο σύμφωνα με συγκεκριμένες γνωστικές δεξιότητες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν στα αγγλικά την ύπαρξη ή την απουσία ατόμων, αντικειμένων, γεγονότων και καταστάσεων σε παιχνίδια παρατήρησης. Παρουσιάζονται διαφορετικές εμπορικές επιχειρήσεις και οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τα στοιχεία με τη βοήθεια εικονικών αναπαραστάσεων των δεδομένων σε γραφήματα ή απεικονίσεις στα αγγλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αφηγούνται ένα εμπορικό γεγονός ή παρουσιάζουν ένα γνωστό πρόσωπο από τον χώρο του εμπορίου και της αγοράς, με συνεχείς αναφορές στο παρελθόν και εκφορές που φανερώνουν τη συνέχεια ή την αλληλουχία γεγονότων. Αναπαριστούν μια συγκεκριμένη αγορά προϊόντων μέσα από παιχνίδια ρόλων. Απαριθμούν αντικείμενα και άτομα και συνθέτουν διαλόγους σχετικούς με την αγορά ενός προϊόντος και με σχόλια για τις τιμές ή τα είδη των εμπορευμάτων. Περιγράφονται τα εκθέματα σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις, με έμφαση στα σχόλια των επισκεπτών για τη χρησιμότητα των αντικειμένων. Οργανώνεται μια υποθετική ή πραγματική ξενάγηση σε διεθνή εμπορική έκθεση με τη χρήση αφηγηματικού λόγου και με τη μορφή οδηγιών για το τι μπορεί κάποιος να κάνει εκεί. Συλλέγονται πληροφορίες από αγγλόγλωσσα

επιστημονικά περιοδικά από τον χώρο του εμπορίου, καθώς και από επιστημονικές πηγές, όπως έρευνες και δημοσκοπήσεις, και αποτυπώνονται γραπτώς με συγκριτικές παρατηρήσεις στις τελικές αναφορές των εκπαιδευομένων. Τέλος, συλλέγονται πληροφορίες από αγγλικές ιστοσελίδες για μια προσωπικότητα του διεθνούς εμπορίου, π.χ. τον Έλον Μασκ, καταγράφονται στοιχεία και παρουσιάζεται η προσωπικότητα με σχόλια για τη στάση της σε διεθνή εμπορικά θέματα.

2.2.ΣΤ.5 | ΛΕΚΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενοότητα εστιάζεται στις λεκτικές πράξεις της αγγλικής γλώσσας για την πληρέστερη κατανόηση γραπτών και προφορικών κειμένων μεγάλης δυσκολίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλαμβάνουν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους ως στελέχη διεθνούς εμπορίου, να παρουσιάσουν τον χώρο και τις συνθήκες εργασίας τους και να συστήσουν συνεργάτες. Παίζουν παιχνίδια ρόλων, στα οποία υποδύονται μέλη μιας εμπορικής επιχείρησης που αντιμετωπίζουν ένα πρόβλημα και παίρνουν θέση επάνω σε αυτό με βάση τον ρόλο τους. Χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία για οργανωτικά θέματα εκθέσεων εμπορικών προϊόντων από διάφορες αγγλόφωνες χώρες. Συλλέγουν πληροφορίες, πλοηγούνται σε ιστοσελίδες εταιρειών στο Διαδίκτυο, συγκεντρώνουν πληροφορίες για το ίδιο προϊόν από διαφορετικές χώρες και δημιουργούν προσκλήσεις στα αγγλικά για τη συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις. Οργανώνουν μια επίσκεψη σε διεθνή εμπορική έκθεση, συγκεντρώνουν πληροφορίες για τον τόπο, τη διαμονή, τα αξιοθέατα και το ταξίδι και συζητούν για τις καλύτερες και οικονομικότερες λύσεις. Έπειτα, κάθε εκπαιδευόμενος/-η κάνει προτάσεις και το σύνολο της τάξης συζητά τις καλύτερες επιλογές. Στη συνέχεια, παρουσιάζουν ένα συγκεκριμένο προϊόν, περιγράφουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και παρουσιάζουν τον εμπορικό αντίκτυπο, καθώς και τα σχόλια των καταναλωτών. Ακολουθεί συζήτηση κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκφράζουν τις διαφορετικές απόψεις τους για την αξία του προϊόντος. Τέλος, διεξάγουν διαλόγους με διάφορους επικοινωνιακούς στόχους, όπως το να ζητήσει κάποιος βοήθεια για να παραγγείλει ένα προϊόν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, να ζητήσει οδηγίες για το πώς θα κινηθεί σε ένα δημόσιο κτήριο ή να εκφράσει ανησυχία για την ποιότητα ενός προϊόντος.

2.2.ΣΤ.6 | ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΧΡΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η εν λόγω μαθησιακή υποενοότητα περιγράφει την παράλληλη χρήση της ελληνικής και της αγγλικής γλώσσας σε ένα διεθνές εμπορικό πλαίσιο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μεταφέρουν στα ελληνικά το βασικό μήνυμα ενός προφορικού ή γραπτού αγγλικού κειμένου και αντιστρόφως. Παράγουν γραπτά εμπορικά κείμενα στη μία γλώσσα με αφετηρία γραπτά ή προφορικά κείμενα στην άλλη γλώσσα. Μελετούν δύο παρόμοια κείμενα, το ένα στα ελληνικά και το άλλο στα αγγλικά, και εντοπίζουν παράλληλα ή αντικρουόμενα μηνύματα. Στη συνέχεια, χρησιμοποιούν ως υπόδειγμα ένα κείμενο

γραμμένο στη μία γλώσσα, για να παραγάγουν ένα παρόμοιο στην άλλη, με διαφορετικές πληροφορίες. Μεταφέρεται ο επικοινωνιακός στόχος ενός μηνύματος, μιας ιδέας, ενός σχολίου ή της γνώμης ενός ατόμου από τα αγγλικά στα ελληνικά. Εξετάζονται οι διαφορές στη χρήση της αγγλικής και της ελληνικής γλώσσας κατά την απόδοση του επιστημονικού και του καθημερινού λόγου. Μεταφέρονται από τη μία γλώσσα στην άλλη αντίστοιχες εκφράσεις, ευχές, ρητά, όροι κ.λπ., με σημασιολογική και πραγματολογική αντιστοιχία. Πραγματοποιούνται μεταφράσεις κειμένων από τα αγγλικά στα ελληνικά και αντιστρόφως για τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με τη διοργάνωση μιας διεθνούς εμπορικής έκθεσης στην πόλη των εκπαιδευομένων. Αναζητούνται στο Διαδίκτυο πληροφορίες από αγγλόφωνους επιστημονικούς φορείς για παρόμοιες εκθέσεις σε άλλες πόλεις του εξωτερικού και εξάγονται συμπεράσματα, τα οποία αποστέλλονται στους αρμόδιους ελληνικούς φορείς στο πλαίσιο άσκησης του ρόλου εμπορικής εκπροσώπησης.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Anthony, L. (2018). *Introducing English for specific purposes*. New York: Routledge.
2. Chan, M. (2020). *English for business communication*. New York: Routledge.

Συμπληρωματικές

1. Charles, M. & Pecorari, D. (2015). *Introducing English for academic purposes*. New York: Routledge.
2. Taylor, J. & Zeter, J. (χ.χ.). *Career paths: Business English – Student's book with DigiBooks app*. Newbury: Express Publishing.

2.2.Z • ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΑΛΛΙΚΑ II

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα με τίτλο «Ξένη γλώσσα, Γαλλικά II» έχει ως στόχο την αποτελεσματική χρήση του προφορικού λόγου και την ανάπτυξη της ικανότητας γραφής και ανάγνωσης. Η μαθησιακή ενότητα προσανατολίζεται στην κατανόηση της γραμματικής και της σύνταξης της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ., και στον χειρισμό βασικού και εκτεταμένου λεξιλογίου. Μετά το πέρας της μαθησιακής ενότητας «Ξένη γλώσσα II, Γαλλικά», οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου».

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη γραμματική και τη σύνταξη της γλώσσας, που περιλαμβάνουν τις βασικές δομές, όπως οι χρόνοι του παρόντος, του παρελθόντος και του μέλλοντος κ.λπ.,
- Χειρίζονται βασικό και εκτεταμένο λεξιλόγιο,
- Διαβάζουν εμπορικά έντυπα,
- Επικοινωνούν προφορικά στη γαλλική γλώσσα σε καθημερινά και επαγγελματικά περιβάλλοντα.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Actes de parole / Activités d'apprentissage / Communication orale / Conversation téléphonique / Communication écrite / Documents commerciaux / Français des affaires / Grammaire française / Approche communicative / Lexique français / Rédaction de notes et de messages / Relations interpersonnelles.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II
2	ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ II
3	ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ II
4	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ ΛΕΞΙΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II
5	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
6	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
7	ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II

Κείμενο αναφοράς

2.2.Z.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II

Στο δεύτερο εξάμηνο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνεχίζουν την ανάπτυξη των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων, με έμφαση στη μεγαλύτερη αυτονομία στη χρήση της γλώσσας. Γίνεται αναφορά στην κατανόηση και στην παραγωγή σύντομων και απλών κειμένων που αφορούν προσωπικά και καθημερινά θέματα, καθώς και σε πρακτικές επικοινωνιακές καταστάσεις, όπως η παροχή οδηγιών, η περιγραφή γεγονότων και η αλληλεπίδραση σε κοινωνικές περιστάσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται

στην ανάγνωση σύντομων και απλών κειμένων, στην κατανόηση πληροφοριών από καθημερινά έγγραφα, όπως διαφημίσεις, φυλλάδια, μενού και προγράμματα δρομολογίων (“Lire des textes courts et simples, trouver une information particulière dans des documents courants comme les petites publicités, les menus et les horaires”), καθώς και στην κατανόηση σύντομων προσωπικών επιστολών. Μέσα από διαδραστικές δραστηριότητες, αποκτούν την ικανότητα να περιγράφουν εμπειρίες, γεγονότα και επιθυμίες, ενώ παράλληλα μαθαίνουν να διατυπώνουν επιχειρήματα και εξηγήσεις για τις απόψεις και τα σχέδιά τους (“Décrire des projets, des habitudes et des occupations journalières, des activités passées et des expériences personnelles”). Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη της προφορικής επικοινωνίας. Συνεπώς, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε σύντομες και δομημένες συνομιλίες, ανταλλάσσοντας πληροφορίες για θέματα ρουτίνας και καθημερινότητας (“Communiquer lors de tâches simples et habituelles sur des sujets et des activités familiaux”), και επικεντρώνονται σε διαλόγους που σχετίζονται τόσο με την επαγγελματική ζωή όσο και με την καθημερινή αλληλεπίδραση, αποκτώντας ευχέρεια στη χρήση στοιχειωδών γλωσσικών δομών και συνηθισμένων εκφράσεων.

2.2.Z.2 | ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ II

Η προφορική επικοινωνία (communication orale) αποτελεί θεμελιώδη δεξιότητα για τη διάδραση με γαλλόφωνο κοινό σε διάφορες περιστάσεις, είτε σε επαγγελματικό είτε σε κοινωνικό πλαίσιο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν στρατηγικές για την αποτελεσματική επικοινωνία, δίνοντας έμφαση στην ευγένεια (politesse), στην αυτοπεποίθηση (confiance) και στην επαγγελματική συμπεριφορά (comportement professionnel). Ο ευγενικός και φιλικός τρόπος αλληλεπίδρασης είναι καθοριστικός, καθώς οι γαλλόφωνοι/-ες συνομιλητές/-τριες ανταποκρίνονται θετικά σε ένα προσεγμένο και ευγενικό ύφος λόγου. Κατά τη διάρκεια της υποεπένδυσης εξετάζονται διαφορετικά σενάρια επικοινωνίας (scénarios de communication), στα οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη διαχείριση συνομιλιών με γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες ή συνεργάτες/-ιδες. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στη σωστή προφορά (prononciation), καθώς η σαφής εκφορά των λέξεων συμβάλλει στην αποφυγή παρεξηγήσεων και ενισχύει την αξιοπιστία του/της ομιλητή/-τριας. Παρόλο που πολλοί/-ές γαλλόφωνοι/-ες συνομιλητές/-τριες γνωρίζουν αγγλικά, η χρήση της γαλλικής γλώσσας δημιουργεί αίσθηση οικειότητας και εμπιστοσύνης (confiance et proximité). Η υποεπένδυση επικεντρώνεται επίσης στη χρήση βασικών γλωσσικών πράξεων (actes de parole), όπως η ανταλλαγή πληροφοριών (échange d'informations) και η διατύπωση μιας ιδέας ή άποψης (exprimer une idée ou une opinion). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διαχειρίζονται σύντομες κοινωνικές αλληλεπιδράσεις (échanges sociaux courts), χρησιμοποιούν τυπικές εκφράσεις ευγένειας, όπως merci, s'il vous plaît και excusez-moi, διατυπώνουν και ανταποκρίνονται σε προσκλήσεις (invitations) και χρησιμοποιούν τυπικές εκφράσεις χαιρετισμού και αποχαιρετισμού (accueil et prise de congé). Συνο-

λικά, η εκμάθηση αυτών των δεξιοτήτων συμβάλλει στην ενίσχυση της αυτοπεποίθησης και στην αποτελεσματική χρήση της γλώσσας, τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε κοινωνικό πλαίσιο.

2.2.Z.3 | ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ II

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, η διδασκαλία εστιάζεται στην επικοινωνιακή προσέγγιση της γαλλικής γλώσσας. Η εκμάθηση βασίζεται σε πραγματικές επικοινωνιακές περιστάσεις, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αλληλεπιδρούν με άλλα άτομα, με έμφαση στο εμπορικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται τεχνικές επικοινωνιακών δεξιοτήτων (compétences communicatives) στα γαλλικά, με στόχο την αποτελεσματικότερη χρήση της γλώσσας και την ενίσχυση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων για επαγγελματικούς λόγους. Επίσης, δίνεται έμφαση στη διαχείριση συζήτησης με διεθνές ακροατήριο, ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι διαπολιτισμικές διαφορές (différences interculturelles). Αναπτύσσονται οι απαιτούμενες δεξιότητες για μια φυσική προσέγγιση στην εκμάθηση γλωσσών και στην απόκτηση βασικού λεξιλογίου (acquisition de vocabulaire de base). Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η τεχνική του παιχνιδιού ρόλων (jeu de rôle), κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ανά ζεύγη, αναπαράγουν στην τάξη σύντομους διαλόγους στη γαλλική γλώσσα, μέσω των οποίων επιδιώκεται η βελτίωση της προφορικής επικοινωνίας, της προφοράς (prononciation) και των βασικών συντακτικών δομών των προτάσεων που χρησιμοποιούνται. Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα συμβάλλει, με αυτόν τον τρόπο, στην καλύτερη προετοιμασία των εκπαιδευομένων, ώστε να σταδιοδρομήσουν στον χώρο του διεθνούς εμπορίου, καθώς δίνει έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις (relations interpersonnelles). Για τον σκοπό αυτόν, αναλύονται και αξιοποιούνται λέξεις ή φράσεις της αργκό (argot) και παραγλωσσικά στοιχεία (éléments paralinguistiques), όπως η γλώσσα του σώματος (langage corporel).

2.2.Z.4 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ ΛΕΞΙΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ II

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στη χρήση συνθετότερων γραμματικών δομών και επιπλέον χρόνων της γαλλικής γλώσσας. Παρουσιάζονται ο απλός και ο κοντινός μέλλοντας (futur simple, futur proche) και αναλύονται οι διαφορές τους κατά την έκφραση προθέσεων και προβλεπόμενων ενεργειών. Επιπλέον, εξετάζονται το passé récent (venir de + infinitif) και το présent progressif (être en train de + infinitif), τα οποία χρησιμοποιούνται για την περιγραφή πρόσφατων και εξελισσόμενων γεγονότων, αντίστοιχα. Παράλληλα, η υποενότητα καλύπτει τη χρήση των αντωνυμιών άμεσου και έμμεσου αντικειμένου (pronoms COD et COI), των επιρρηματικών αντωνυμιών y και en, καθώς και των αναφορικών αντωνυμιών (qui, que, où, dont). Αναλύεται η σύνταξη σύνθετων προτάσεων με τη χρήση αυτών των αντωνυμιών, ενισχύοντας τη σαφήνεια και τη συνοχή του λόγου. Σε επίπεδο λεξιλογίου, η υποενότητα επικεντρώνεται σε θεματικές όπως οι καιρικές συνθήκες και οι περιγραφές (météo, il fait beau,

il fait chaud), οι διαδρομές και ο προσανατολισμός (itinéraire, tout droit, à gauche, à droite, tourner), η ενημέρωση για γεγονότα (accident, rencontre) και η χρήση λογικών συνδέσμων και αιτιολόγησης (connecteurs logiques, mais, parce que). Η υποεπινότητα περιλαμβάνει πρακτικές ασκήσεις, όπως προσομοιώσεις επικοινωνιακών καταστάσεων και δημιουργία συνθετότερων αφηγήσεων, με σκοπό την ενίσχυση των δεξιοτήτων κατανόησης και παραγωγής προφορικού και γραπτού λόγου. Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στις γραμματικές δομές της γαλλικής και βελτιώνουν τη χρήση της γλώσσας στην πράξη.

2.2.Z.5 | ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποεπινότητα έχει ως στόχο να εξοικειώσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις βασικές λέξεις, φράσεις και έννοιες που χρειάζονται, για να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τηλεφωνικές συνομιλίες στα γαλλικά. Η άνεση στην τηλεφωνική επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και την επικοινωνία με συνεργάτες/-ιδες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε δραστηριότητες που τους/τις ενθαρρύνουν να διακρίνουν τη σημασία και τη χρήση φράσεων όπως “Bonjour, ici [nom], de [nom de l’entreprise].” («Καλημέρα, εδώ [όνομα] από την [επωνυμία εταιρείας]»), “Allô, comment puis-je vous aider?” («Γεια σας, πώς μπορώ να σας βοηθήσω;»), “Je vais vérifier cela pour vous.” («Θα το ελέγξω αυτό για εσάς»), “Pouvez-vous me donner plus de détails?” («Μπορείτε να μου δώσετε περισσότερες λεπτομέρειες;») και “Un instant, s’il vous plaît.” («Μια στιγμή, παρακαλώ»). Εστιάζουν επίσης στο πώς κλείνουν τη συνομιλία ευγενικά και επαγγελματικά, με απαραίτητες φράσεις όπως “Merci de votre appel.” («Ευχαριστούμε για την κλήση σας») και “Je vous souhaite une bonne journée.” («Σας εύχομαι καλή μέρα»), αφού επιβεβαιώσουν τις πληροφορίες και βεβαιωθούν ότι ο/η συνομιλητής/-τρια έχει λάβει όλες τις απαραίτητες απαντήσεις. Μπορούν επίσης να ρωτούν “Y a-t-il autre chose que je puisse faire pour vous?” («Υπάρχει κάτι άλλο που μπορώ να κάνω για εσάς;»). Η εξάσκηση σε αυτές τις φράσεις και η κατανόηση της ορθής χρήσης τους βοηθούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να διαχειρίζονται τηλεφωνικές συνομιλίες με επαγγελματισμό και αυτοπεποίθηση, ώστε να επικοινωνούν αποτελεσματικά, ενισχύοντας την εικόνα της εταιρείας τους και βελτιώνοντας την ποιότητα των υπηρεσιών τους.

2.2.Z.6 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη υποεπινότητα αναλύεται η παραγωγή σημειώσεων και μηνυμάτων στη γαλλική γλώσσα (écrire des notes et des messages simples et courts), μια δεξιότητα ζωτικής σημασίας για τον εμπορικό κλάδο. Ως προς την παραγωγή σημειώσεων, παρουσιάζονται οι ικανότητες που απαιτούνται, ώστε να συλλέγονται και να οργανώνονται οι κύριες πληροφορίες με τρόπο σαφή και κατανοητό. Αξιοποιούνται γαλλόφωνα κείμενα με στόχο την κατανόηση των βασικών τους σημείων και, στη συνέχεια, την καταγραφή αυτών των πληροφοριών με τρόπο σαφή και συνοπτικό, χωρίς

περιττές λεπτομέρειες και χωρίς τη χρήση πολύπλοκου λεξιλογίου. Ως προς την παραγωγή μηνυμάτων στα γαλλικά, τονίζεται ότι η απλή και ακριβής γλώσσα είναι καίριας σημασίας για την αποφυγή παρεξηγήσεων και την αποτελεσματική μετάδοση των πληροφοριών. Επισημαίνεται ότι όλα τα μηνύματα πρέπει να είναι δομημένα με σαφή τρόπο, ο οποίος να μην αφήνει περιθώριο αμφισημίας. Αναλύεται η χρήση της παθητικής φωνής, ώστε να δοθεί έμφαση στην αντικειμενικότητα, να μειωθεί η προσωπική εμπλοκή και τα μηνύματα να αποκτήσουν περισσότερο επίσημο και επαγγελματικό τόνο. Δίνεται έμφαση στον προσεκτικό έλεγχο της ορθογραφίας και της γραμματικής πριν από την αποστολή των μηνυμάτων ή των σημειώσεων, καθώς τα λάθη σε αυτά τα σημεία μπορεί να οδηγήσουν σε παρεξηγήσεις και να επηρεάσουν την αξιοπιστία του/της γράφοντος/-ουσας. Στην προτεινόμενη εκπαιδευτική δραστηριότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες παρακολουθούν βίντεο ή ακούν ηχογραφημένες συζητήσεις εμπορικού περιεχομένου, κρατούν σημειώσεις και, στη συνέχεια, τις παρουσιάζουν στην τάξη. Οι υπόλοιποι/-ες εκπαιδευόμενοι/-ες και ο/η εκπαιδευτής/-τρια παρέχουν ανατροφοδότηση, με έμφαση στη σαφήνεια, στην επαγγελματική γλώσσα και στην ορθή χρήση της γαλλικής γλώσσας συνολικά.

2.2.Z.7 | ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ II

Στην τελευταία υποενότητα γίνεται μια εισαγωγή στα εμπορικά έγγραφα στη γαλλική γλώσσα, τα οποία αποτελούν βασικό εργαλείο επικοινωνίας στις διεθνείς συναλλαγές και ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες σύνταξης και μορφοποίησης. Γίνεται αναφορά στον ρόλο που διαδραματίζουν στη διασφάλιση της σαφήνειας και της ομαλής επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων και αναλύονται τα βασικά είδη εμπορικών εγγράφων. Σε αυτά περιλαμβάνεται η προσφορά (offre), με την οποία ένας προμηθευτής προτείνει την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών, καθορίζοντας την τιμή και τους όρους της συναλλαγής. Περιλαμβάνεται επίσης η παραγγελία (commande), μέσω της οποίας ο αγοραστής εκδηλώνει την πρόθεσή του να αγοράσει συγκεκριμένα αγαθά ή υπηρεσίες. Παρουσιάζονται ακόμη έγγραφα όπως η επιβεβαίωση παραγγελίας (confirmation de commande), η απόδειξη πληρωμής (reçu de paiement) και το τιμολόγιο (facture). Το τιμολόγιο χρησιμεύει ως αποδεικτικό της οικονομικής συναλλαγής και περιλαμβάνει τα στοιχεία του πωλητή και του αγοραστή, την περιγραφή των προϊόντων ή υπηρεσιών, την καθαρή αξία, τον ΦΠΑ (taxe sur la valeur ajoutée) και το συνολικό ποσό πληρωμής (montant total à payer). Στη συνέχεια, δίνονται παραδείγματα και αναλύονται τα βασικά στοιχεία που πρέπει να περιλαμβάνει κάθε έγγραφο, ώστε να τηρούνται οι τυπικές απαιτήσεις της εμπορικής επικοινωνίας. Η υποενότητα ολοκληρώνεται με πρακτική εφαρμογή, κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να αναγνωρίσουν και να συμπληρώσουν αυθεντικά εμπορικά έγγραφα. Μέσα από την ανακεφαλαίωση των βασικών σημείων των εμπορικών εγγράφων στον γαλλόφωνο κόσμο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την ορθή χρήση της ορολογίας που απαιτείται στην εμπορική επικοινωνία.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Siréjols, E. & Tempesta, G. (2020). *Pratique grammaire A1/A2: 640 exercices avec règles, corrigés inclus*. Paris: CLE International.
2. Jégou, D. & Rosillo, M. P. (2025). *Quartier d'affaires – Niveau A1 – Livre de l'élève* (2e édition). Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Penfornis, J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires- Niveau intermédiaire*. Paris: CLE International.
2. Penfornis, J.-L. (2002). *Français.com: Méthode de français professionnel et des affaires*. Paris: CLE International.

2.2.Η • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Η μαθησιακή ενότητα αποσκοπεί στην εφαρμογή και τη σύνθεση των γνώσεων που έχουν αποκτήσει οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, μέσα από ρεαλιστικά επιχειρηματικά σενάρια, μελέτες περίπτωσης, εκπαιδευτικές επισκέψεις και σχέδια εργασίας που προσομοιώνουν το περιβάλλον λειτουργίας των επιχειρήσεων διεθνούς εμπορίου. Η μαθησιακή ενότητα εστιάζεται στην ανάλυση του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, στον σχεδιασμό εξαγωγικής δραστηριότητας, στην επιλογή κατάλληλων στρατηγικών διεθνούς ανάπτυξης και στον συντονισμό των λειτουργιών που υποστηρίζουν τις εισαγωγικές και εξαγωγικές δραστηριότητες.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαχείριση επιχειρηματικών κινδύνων, στην αξιοποίηση των κανόνων Incoterms®, στη λήψη αποφάσεων σε σύνθετα διεθνή εμπορικά περιβάλλοντα και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων διαπολιτισμικής επικοινωνίας και διαπραγμάτευσης. Παράλληλα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με πραγματικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στις διεθνείς αγορές και καλούνται να προτείνουν εφαρμόσιμες λύσεις, αξιοποιώντας γνώσεις από διαφορετικά γνωστικά αντικείμενα της ειδικότητας.

Μέσα από βιωματικές δραστηριότητες, ομαδικές εργασίες, παρουσιάσεις και εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις και επαγγελματικούς φορείς, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν πρακτικές δεξιότητες ανάλυσης, σχεδιασμού, συνεργασίας και επίλυσης προβλημάτων, προετοιμαζόμενοι/-ες αποτελεσματικά για την επαγγελματική τους ένταξη στον χώρο του διεθνούς εμπορίου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναλύουν το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον και να αξιολογούν τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που παρουσιάζουν οι ξένες αγορές,
- Σχεδιάζουν βασικά στοιχεία εξαγωγικής στρατηγικής, λαμβάνοντας υπόψη εμπορικούς, οικονομικούς και πολιτισμικούς παράγοντες,
- Εφαρμόζουν τους κανόνες Incoterms® και να επιλέγουν τους κατάλληλους όρους παράδοσης στο πλαίσιο των διεθνών συναλλαγών,
- Οργανώνουν και να συντονίζουν τις βασικές λειτουργίες που υποστηρίζουν τις διεθνείς εμπορικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης,
- Αναγνωρίζουν και να αξιολογούν επιχειρηματικούς, εμπορικούς και λειτουργικούς κινδύνους που συνδέονται με το διεθνές εμπόριο,
- Επικοινωνούν αποτελεσματικά και να διαχειρίζονται επαγγελματικές σχέσεις σε πολυπολιτισμικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα,
- Εφαρμόζουν βασικές αρχές διαπολιτισμικής διαπραγμάτευσης σε διεθνείς εμπορικές συνεργασίες,
- Επιλύουν σύνθετα επιχειρηματικά προβλήματα, αξιοποιώντας γνώσεις και εργαλεία από διαφορετικά πεδία της ειδικότητας,
- Αξιολογούν πραγματικές επιχειρηματικές πρακτικές και να εξάγουν συμπεράσματα μέσα από εκπαιδευτικές επισκέψεις, μελέτες περίπτωσης και σχέδια εργασίας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Περιβάλλον διεθνούς εμπορίου / Συντονισμός διεθνών λειτουργιών / Διεθνείς διαπραγματεύσεις / Εξαγωγές / Διαχείριση επιχειρησιακών προβλημάτων / Καινοτομία στο διεθνές εμπόριο / Εξαγωγικές επιχειρήσεις / Ψηφιακή καινοτομία επιχειρήσεων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
2	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ
3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ
4	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ
5	ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ
6	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΜΑΤΙΚΗ ΜΑΘΗΣΗ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Η.1 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στην κατανόηση του παγκόσμιου εμπορικού περιβάλλοντος και των βασικών συνιστωσών που το διαμορφώνουν. Μέσα από τη μελέτη πραγματικών παραδειγμάτων και την ανάλυση εμπορικών πρακτικών επιδιώκεται η ενίσχυση της ικανότητας των εκπαιδευομένων να αναγνωρίζουν το θεσμικό, οικονομικό και πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου δραστηριοποιούνται οι εξαγωγικές και εισαγωγικές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε διεθνείς οργανισμούς, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (World Trade Organization, WTO), ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τελωνείων (World Customs Organization, WCO) και η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), των οποίων οι ρυθμιστικές παρεμβάσεις επηρεάζουν άμεσα τις εμπορικές ροές. Κατά τη διάρκεια της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να εξετάσουν τις συνθήκες που επικρατούν σε βασικές παγκόσμιες αγορές και να αναγνωρίσουν τις προκλήσεις που δημιουργούνται λόγω εμπορικών φραγμών, γεωπολιτικών εξελίξεων ή κανονιστικών διαφορών. Παράλληλα, αναπτύσσουν δεξιότητες αξιολόγησης κινδύνων και ευκαιριών που σχετίζονται με τις εξαγωγικές ή εισαγωγικές δραστηριότητες. Μέσω στοχευμένων σχεδίων εργασίας (project) και σύνθετων σεναρίων προσομοίωσης, εξοικειώνονται με τη διαδικασία στρατηγικής διερεύνησης νέων αγορών και την προσαρμογή των επιχειρησιακών σχεδίων στις απαιτήσεις κάθε τοπικού πλαισίου. Η υποενότητα αυτή λειτουργεί ως θεμέλιο για την κατανόηση της λειτουργίας των διεθνών αγορών και της δυναμικής τους, προετοιμάζοντας τους/τις εκπαιδευομένους/-ες για τις επόμενες υποενότητες, οι οποίες εστιάζονται σε περισσότερο εξειδικευμένες πτυχές του διεθνούς εμπορίου και της επιχειρησιακής πράξης. Ως πρακτική εξάσκηση προτείνεται να δημιουργήσουν έναν παγκόσμιο εμπορικό χάρτη, να επιλέξουν μια ελληνική εξαγωγική επιχείρηση και να προσδιορίσουν ποια προϊόντα εξάγει, ποιοι διεθνείς κανονισμοί ισχύουν, ποιοι διεθνείς οργανισμοί εμπλέκονται, π.χ. ο WCO, και ποιοι περιορισμοί ή δασμοί εφαρμόζονται. Στη συνέχεια, σχεδιάζουν πληροφοριακά γραφήματα (infographics) με βάση το σενάριο που διαμόρφωσαν.

2.2.Η.2 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης μιας εξαγωγικής στρατηγικής για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που επιθυμούν να εισέλθουν σε νέες διεθνείς αγορές. Η προσέγγιση είναι πρακτικού χαρακτήρα και βασίζεται στην ανάλυση περιπτώσεων (case studies), καθώς και στην εκπόνηση εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου (export business plan) για ένα επιλεγμένο προϊόν ή μια υπηρεσία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν τις βασικές φάσεις της διαδικασίας εξαγωγής, από την επιλογή κατάλληλης αγο-

ράς-στόχου έως τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς και τα πρότυπα της χώρας εισαγωγής. Εμβαθύνουν επίσης στα μέσα προβολής και προώθησης προϊόντων στο εξωτερικό, καθώς και στη διαχείριση κινδύνων που σχετίζονται με νομικά, οικονομικά ή πολιτισμικά εμπόδια. Μέσα από βιωματικές ασκήσεις και προσομοιώσεις εμπορικών διαπραγματεύσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλλιεργούν δεξιότητες επικοινωνίας και προσαρμογής στις απαιτήσεις πολυπολιτισμικών αγορών. Αναδεικνύεται η σημασία της διαφοροποίησης των προϊόντων και της βιώσιμης επιχειρησιακής ανάπτυξης ως ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων στο παγκόσμιο επιχειρησιακό περιβάλλον. Η υποεπάρκεια συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού τρόπου σκέψης και ενεργοποιεί τη δημιουργικότητα των εκπαιδευομένων ως εν δυνάμει στελεχών διεθνών επιχειρήσεων. Για την εξοικείωση των εκπαιδευομένων προτείνεται να σχηματιστούν ομάδες και οι εκπαιδευόμενοι/-ες να δημιουργήσουν ένα εξαγωγικό σχέδιο για ένα ελληνικό προϊόν, π.χ. φέτα ή κρασί. Εντοπίζουν μια χώρα-στόχο, π.χ. τις ΗΠΑ, τα ΗΑΕ ή την Κίνα, και καταγράφουν τις αναγκαίες προσαρμογές στο μείγμα μάρκετινγκ (marketing mix), δηλαδή στο προϊόν και στη συσκευασία, στην τιμή, στη διανομή και στην προώθηση (4 Ps). Παράλληλα, πραγματοποιούν ανάλυση SWOT, περιλαμβάνοντας τα πιθανά εμπόδια εισόδου. Επιπλέον, δημιουργούν μια παρουσίαση PowerPoint και παρουσιάζουν το προϊόν μαζί με το εξαγωγικό τους σχέδιο.

2.2.Η.3 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

Στην υποεπάρκεια αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τον ρόλο των διοικητικών στελεχών στον συντονισμό των διεθνών λειτουργιών μιας επιχείρησης, με έμφαση στη ροή εμπορευμάτων, πληροφοριών και υπηρεσιών. Μέσα από προσομοιωμένα σενάρια διαχείρισης εξαγωγικών και εισαγωγικών παραγγελιών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να διαχειριστούν διαδικασίες σχετικές με τον εφοδιασμό, τη διακίνηση προϊόντων, την τελωνειακή συμμόρφωση και την επικοινωνία με διεθνείς εταίρους. Αναδεικνύεται η σημασία της υιοθέτησης τεχνολογικών εργαλείων εφοδιαστικής (logistics) και των βασικών αρχών της Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Supply Chain Management), προκειμένου να επιτευχθούν η αποτελεσματικότητα και η μείωση του λειτουργικού κόστους. Παράλληλα, εξετάζονται οι κίνδυνοι καθυστέρησης, αστοχιών ή ελλειπών συντονισμού και οι τρόποι πρόληψης ή αντιμετώπισής τους μέσω στρατηγικών και λειτουργικών μέτρων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εργάζονται σε ομάδες, επιλύοντας προβλήματα που αφορούν τη συντονισμένη συνεργασία μεταξύ των επιμέρους τμημάτων της επιχείρησης, π.χ. πωλήσεις, προμήθειες και αποθήκευση, καθώς και την επικοινωνία με εξωτερικούς φορείς, όπως μεταφορείς, τελωνεία και αντιπρόσωποι. Η εμβάθυνση στις έννοιες του lead time (χρόνου εκτέλεσης), των κανόνων Incoterms® και των πρακτικών διαχείρισης κινδύνου στις διεθνείς μεταφορές αποτελεί βασικό στοιχείο της υποεπάρκειας. Η συγκεκριμένη θεματική συμβάλλει καθοριστικά στην κατανόηση των επιχειρησιακών διαδικασιών του διεθνούς εμπο-

ρίου και ενδυναμώνει την ικανότητα των εκπαιδευομένων να οργανώνουν και να διαχειρίζονται πολύπλοκες εμπορικές δραστηριότητες με ακρίβεια και αποτελεσματικότητα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να πραγματοποιήσουν προσομοίωση διεθνούς αποστολής, κατά την οποία αναλαμβάνουν τον ρόλο υπεύθυνου στελέχους εφοδιαστικής για την αποστολή ελληνικού προϊόντος στις ΗΠΑ. Επιλέγουν τον κατάλληλο κανόνα Incoterms®, π.χ. FOB ή CIF, τον τρόπο μεταφοράς και τα απαραίτητα έγγραφα, π.χ. τιμολόγιο, packing list, καταγράφουν την αλληλουχία ενεργειών και συνεργασιών και παρουσιάζουν τεκμηριωμένα τις επιλογές τους.

2.2.Η.4 | ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ

Στην εν λόγω υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να αναπτύξουν δεξιότητες σχετικές με τη διαχείριση σχέσεων σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα, προκειμένου να επιτύχουν ομαλή και παραγωγική συνεργασία με διεθνείς εταίρους, προμηθευτές και πελάτες. Η έμφαση δίνεται στη σημασία της κατανόησης των πολιτισμικών διαφορών και στην καλλιέργεια της διαπολιτισμικής ευαισθησίας κατά την επαγγελματική επικοινωνία. Μέσα από μελέτες περίπτωσης και στοχευμένες ασκήσεις, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με ζητήματα όπως η ερμηνεία της μη λεκτικής επικοινωνίας, οι πολιτισμικές προσεγγίσεις στη διαπραγμάτευση, τα εθιμικά πρότυπα στις συναλλαγές και οι αξιακές διαφορές μεταξύ επιχειρηματικών εταίρων από διαφορετικές χώρες. Παράλληλα, ασκούνται σε τρόπους διαχείρισης συγκρούσεων, επίλυσης παρεξηγήσεων και διατήρησης θετικού κλίματος συνεργασίας. Η υποενότητα περιλαμβάνει επίσης αναφορές σε διεθνή πρότυπα επιχειρηματικής συμπεριφοράς, όπως κώδικες του ICC (International Chamber of Commerce-Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο), και στις αρχές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στο διεθνές εμπόριο. Μέσω βιωματικών δραστηριοτήτων και παιχνιδιών ρόλων (role-playing), οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσομοιώνουν καταστάσεις συνεργασίας και λήψης αποφάσεων σε πολυπολιτισμικό περιβάλλον. Η υποενότητα αυτή ενισχύει ουσιαστικά την επαγγελματική ετοιμότητα των εκπαιδευομένων, συμβάλλοντας στην αποτελεσματική αλληλεπίδραση με διεθνή επιχειρηματικά δίκτυα και στη διατήρηση μακροχρόνιων και αποδοτικών εμπορικών σχέσεων. Προκειμένου να εμπεδώσουν το θεωρητικό πλαίσιο, καλούνται να πραγματοποιήσουν προσομοίωση διαπολιτισμικής εμπορικής διαπραγμάτευσης. Προτείνεται να χωριστούν σε ζεύγη, στα οποία το ένα μέλος αναλαμβάνει τον ρόλο εκπροσώπου ελληνικής εξαγωγικής επιχείρησης και το άλλο τον ρόλο εκπροσώπου ιαπωνικής εισαγωγικής επιχείρησης, ώστε να διεξαγάγουν μια εμπορική διαπραγμάτευση στα αγγλικά. Καλούνται να καταγράψουν τις διαφορετικές προσδοκίες, τις αξίες και το ύψος επικοινωνίας, άμεσο ή έμμεσο, τα πιθανά σημεία παρεξήγησης και τις απαραίτητες ενέργειες για την επίλυση των διαφορών ή των παρεξηγήσεων. Στο τέλος, κάθε ομάδα παρουσιάζει τα συμπεράσματά της.

2.2.H.5 | ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εργάζονται επάνω σε πραγματικά ή προσομοιωμένα επιχειρησιακά προβλήματα που αντιμετωπίζουν εξαγωγικές και εισαγωγικές επιχειρήσεις, αναλαμβάνοντας ενεργό ρόλο ως στελέχη λήψης αποφάσεων. Στόχος είναι η ανάπτυξη της ικανότητας ανάλυσης και επίλυσης σύνθετων εμπορικών θεμάτων, με γνώμονα τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Συμμετέχουν σε δραστηριότητες στις οποίες καλούνται να διαχειριστούν θέματα όπως καθυστερήσεις παραδόσεων, απώλειες εμπορευμάτων, αλλαγές στη συναλλαγματική ισοτιμία, εμπορικά εμπόδια ή απότομες μεταβολές στις τιμές πρώτων υλών. Μέσα από ομαδικές εργασίες και παρουσιάσεις, προτείνουν λύσεις, αξιολογούν σενάρια και σχεδιάζουν στρατηγικές αντίδρασης και προσαρμογής της επιχείρησης. Η χρήση εργαλείων λήψης αποφάσεων, όπως η ανάλυση SWOT, η ανάλυση σεναρίων και η αξιολόγηση κινδύνου, ενσωματώνεται στη μαθησιακή διαδικασία. Ενθαρρύνεται η ανάπτυξη κριτικής σκέψης και η σύνδεση θεωρητικών γνώσεων με πρακτικές εφαρμογές. Η συγκεκριμένη υποενότητα στοχεύει στην ενδυνάμωση των εκπαιδευομένων, ώστε να διαχειρίζονται με επάρκεια τις προκλήσεις της καθημερινής λειτουργίας μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται διεθνώς, καλλιεργώντας δεξιότητες ευελιξίας, προσαρμοστικότητας και καινοτομίας. Ως εφαρμογή, καλούνται να αναπτύξουν ένα σχέδιο δράσης για την αντιμετώπιση καθυστέρησης παράδοσης παραγγελίας λόγω απεργίας σε λιμάνι, η οποία καθυστερεί την παράδοση προϊόντος σε πελάτη του εξωτερικού. Προτείνουν εναλλακτικές λύσεις, όπως η χρήση άλλων λιμανιών, η αποθήκευση ή η αλλαγή μεταφορικού μέσου, και αξιολογούν τις επιπτώσεις στο κόστος, στις σχέσεις με τους πελάτες και στη φήμη της επιχείρησης. Στη συνέχεια, πραγματοποιούν ανάλυση SWOT σχετικά με τις επιπτώσεις και επιλέγουν την πλέον συμφέρουσα λύση. Δημιουργούν μήτρα κινδύνου (Risk Matrix), ώστε να αποτιμηθεί ο κίνδυνος κάθε λύσης, και τεκμηριώνουν την πρότασή τους σε συγκεκριμένο σχέδιο δράσης, με λεπτομερή καταγραφή των ενεργειών, των υπευθύνων και του χρονοδιαγράμματος.

2.2.H.6 | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΜΑΤΙΚΗ ΜΑΘΗΣΗ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε οργανωμένες επισκέψεις σε επιχειρήσεις, επιμελητήρια, λιμάνια, τελωνεία και επαγγελματικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του διεθνούς εμπορίου. Σκοπός είναι η άμεση σύνδεση της θεωρητικής γνώσης με την πραγματικότητα της αγοράς και η απόκτηση βιωματικής κατανόησης των λειτουργιών και των πρακτικών που εφαρμόζονται στο πεδίο. Οι επισκέψεις συνοδεύονται από φύλλα εργασίας, δραστηριότητες παρατήρησης και καθοδηγούμενη συζήτηση με στελέχη των επιχειρήσεων, παρέχοντας στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τη δυνατότητα να διατυπώσουν ερωτήματα και να κατανοήσουν τα διαφορετικά οργανωτικά και λειτουργικά μοντέλα που εφαρμόζονται. Τα δεδομένα και οι παρατηρήσεις των επισκέψεων αξιοποιούνται στην τάξη. Η εμπλοκή

με τον πραγματικό επαγγελματικό κόσμο ενισχύει την αυτοπεποίθηση και την επαγγελματική ετοιμότητα των εκπαιδευομένων, παρέχει ερεθίσματα για τον εντοπισμό προσωπικών ενδιαφερόντων και την επιλογή τομέων εξειδίκευσης και ενθαρρύνει την ανάπτυξη επαγγελματικών επαφών. Η υποενότητα αυτή εστιάζεται στη βιωματική και ενεργητική μάθηση, προάγοντας την καλλιέργεια επαγγελματικής συνείδησης, την κατανόηση της αγοράς και τη θεμελίωση του ρόλου του/της εκπαιδευομένου/-ης ως ενεργού και υπεύθυνου μέλους του σύγχρονου επιχειρηματικού κόσμου. Μετά από κάθε επίσκεψη, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συντάξουν αναφορά εκπαιδευτικής επίσκεψης σε επιχείρηση διεθνούς εμπορίου ή εξαγωγών. Συγκεκριμένα, καταγράφουν τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιείται η εν λόγω επιχείρηση, τα προϊόντα που παράγει, τις αγορές-στόχους που έχει θέσει και το όραμά της. Καταγράφουν στα ελληνικά και στα αγγλικά τις διαδικασίες που ακολουθεί η επιχείρηση, π.χ. εφοδιαστική αλυσίδα και μάρκετινγκ, τις καινοτομίες που υιοθετεί, τις καλές πρακτικές που εφαρμόζει και τις προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει. Τέλος, ολοκληρώνουν την αναφορά με δικές τους παρατηρήσεις και προτάσεις.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μυλώνη, Β. & Γεωργόπουλος, Α. (2015). *Διεθνοποίηση και διεθνικές επιχειρήσεις*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Νόττα, Ο. & Βλάχβη, Α. (2023). *Στρατηγικές επιχειρήσεων για την επίτευξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/8663>

Συμπληρωματικές

1. Λυμπερόπουλος, Κ., Τζαναβάρας, Β. & Σαλαμούρα, Μ. (2015). *Στρατηγικές διεθνούς και εξαγωγικού μάρκετινγκ*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Μανώλη, Π. & Μαρής, Γ. (2015). *Εισαγωγή στη διεθνή πολιτική οικονομία*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3945>

2.3 • ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

2.3.A • ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες στην έννοια της επικοινωνίας στο επιχειρησιακό περιβάλλον και να τους/τις βοηθήσει να κατανοήσουν τους τρόπους διαπραγμάτευσης. Ειδικότερα, θα αναπτυχθούν η τυπική και η άτυπη επικοινωνία, καθώς και τα κανάλια επικοινωνίας σε διεθνές περιβάλλον, με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους και τη διαδικασία επιλογής τους. Θα οριστεί η αποτελεσματική ακρόαση και θα παρουσιαστούν οι τρόποι επίτευξής της, ενώ θα αναλυθεί η έννοια της ενσυναίσθησης. Θα αναλυθούν καλές πρακτικές στην προφορική, τη γραπτή και την τηλεφωνική επικοινωνία, καθώς και στην επικοινωνία με νέα μέσα. Θα αναφερθούν πιθανά εμπόδια στην επικοινωνία γενικά και ειδικά στο διεθνές περιβάλλον, καθώς και τρόποι απάλειψής τους. Επίσης, θα αναλυθεί η «γλώσσα του σώματος» ως επικοινωνιακό μέσο και θα εξεταστούν πολιτισμικές διαφορές μεταξύ λαών ως προς τους τρόπους έκφρασης. Θα αναλυθεί ο όρος «διαπραγμάτευση» ως προς τις εμπορικές σχέσεις, με προσανατολισμό στον καθορισμό της τιμής και των όρων πληρωμής, καθώς και στη διαμόρφωση της προσφοράς, και θα αναπτυχθούν διαφορετικές διαπραγματευτικές στρατηγικές. Θα αναλυθεί ο τρόπος εύρεσης και επιλογής πληροφοριών που απαιτούνται για την επιλογή της κατάλληλης μεθόδου και στρατηγικής ανάλογα με την εθνική κουλτούρα του/της αντισυμβαλλομένου/-ης.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τα κανάλια της τυπικής και άτυπης επικοινωνίας σε διεθνές περιβάλλον,
- Ορίζουν την έννοια της διαπραγμάτευσης,
- Αναγνωρίζουν την επιχειρησιακή εθιμοτυπία σε διεθνές περιβάλλον,
- Διαμορφώνουν τις συνθήκες του περιβάλλοντος για την επίτευξη αποτελεσματικής ακρόασης,
- Ερμηνεύουν σήματα μη λεκτικής επικοινωνίας («γλώσσα του σώματος» κ.λπ.),
- Αναπτύσσουν καλές πρακτικές γραπτής και προφορικής επικοινωνίας,
- Επαληθεύουν πληροφορίες που αφορούν κοινωνικές και πολιτισμικές πρακτικές με στόχο την αποτελεσματική επικοινωνία,
- Διαχειρίζονται πληροφορίες που αφορούν διαδικασίες λήψης αποφάσεων και μεθόδους διαπραγμάτευσης σε διάφορες χώρες,
- Υιοθετούν στάση ενσυναίσθησης,
- Χειρίζονται μέσα επικοινωνίας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τυπική και άτυπη επικοινωνία / Κανάλια επικοινωνίας / Διεθνές περιβάλλον / Αποτελεσματική ακρόαση / Ενσυναίσθηση / Προφορική επικοινωνία / Γραπτή επικοινωνία / Επικοινωνιακά εμπόδια / Γλώσσα του σώματος / Πολιτισμικές διαφορές / Διαπραγμάτευση / Εμπορικές σχέσεις / Στρατηγικές διαπραγμάτευσης / Εθνική κουλτούρα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
2	Η ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΑΚΡΟΑΣΗ ΚΑΙ Η ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ
3	ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
4	ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
5	Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
6	ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.3.A.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στην εισαγωγική μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις βασικές αρχές και στα χαρακτηριστικά της επιχειρησιακής επικοινωνίας. Αρχικά, αναλύεται η έννοια της επικοινωνίας στο πλαίσιο ενός οργανισμού, με έμφαση στις ανάγκες και τους στόχους που αυτή εξυπηρετεί. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν την τυπική από την άτυπη επικοινωνία και κατανοούν τη σημασία καθεμίας στην καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης. Επιπλέον, διερευνώνται τα διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας, όπως είναι η προφορική, η γραπτή και η ηλεκτρονική επικοινωνία, καθώς και τα επιμέρους πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Παράλληλα, παρουσιάζεται η έννοια της «επιχειρησιακής κουλτούρας» ως σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο η επικοινωνία δομείται και υλοποιείται εντός και εκτός της επιχείρησης. Μέσα από πρακτικά παραδείγματα από την πραγματική λειτουργία των επιχειρήσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς επιλέγονται τα κατάλληλα κανάλια επικοινωνίας ανάλογα με τις περιστάσεις και τους στόχους του μηνύματος. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σημασία της σαφήνειας και της συνέπειας του πομπού κατά την επικοινωνία του μηνύματος, καθώς και στην προσπάθεια αποφυγής της ασάφειας και πιθανών παρανοήσεων που μπορεί να δυσχεράνουν την επικοινωνία με τον δέκτη. Στο τέλος της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν

αποκτήσει τις απαραίτητες θεωρητικές βάσεις για την περαιτέρω εμβάθυνση στις στρατηγικές επικοινωνίας, καθώς και την ικανότητα να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της αποτελεσματικής στρατηγικής επιχειρησιακής επικοινωνίας.

2.3.A.2 | Η ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΑΚΡΟΑΣΗ ΚΑΙ Η ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους γύρω από την αποτελεσματική ακρόαση και την ενσυναίσθηση, δύο βασικούς παράγοντες που καθορίζουν την ποιότητα και την επιτυχία της επικοινωνίας. Η αποτελεσματική ακρόαση αναλύεται εκτενώς και προσδιορίζεται ως η ικανότητα κάποιου/-ας όχι μόνο να ακούει ό,τι λέγεται, αλλά και να αντιλαμβάνεται το περιεχόμενο, τις προθέσεις, τις συναισθηματικές εκφράσεις της επικοινωνίας και τα υπονοούμενα πίσω από αυτήν. Η κατανόηση, η επιτυχής αποκωδικοποίηση και η ερμηνεία των πληροφοριών σε βάθος είναι κρίσιμες ικανότητες, οι οποίες απαιτούν την ενεργητική συμμετοχή, την ικανότητα των συμμετεχόντων/-ουσών να παραμένουν συγκεντρωμένοι/-ες και την αποφυγή διακοπών κατά την επικοινωνία. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην άμεση ανατροφοδότηση, η οποία συμβάλλει στην ενίσχυση της αμοιβαίας κατανόησης και στην αποφυγή παρανοήσεων. Η ενσυναίσθηση επιτρέπει στον/στη συνομιλητή/-τρια να κατανοήσει και να νιώσει τα συναισθήματα και τις ανάγκες των άλλων. Μέσα από τεχνικές που εστιάζονται στην ανάπτυξη ενσυναίσθησης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς μπορούν να συνδεθούν ψυχολογικά και νοητικά με τους/τις άλλους/-ες σε συναισθηματικό επίπεδο, ενισχύοντας τη σχέση και τη συνεργασία μαζί τους. Η ενσυναίσθηση είναι κρίσιμη για την οικοδόμηση θετικών και υγιών σχέσεων και είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στη διαχείριση και την επίλυση συγκρούσεων, καθώς βοηθά στο να κατανοηθούν καλύτερα οι διαφορετικές απόψεις και οι ανάγκες των συμμετεχόντων/-ουσών.

Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας και μέσα από ασκήσεις επικοινωνίας και μελέτες πραγματικών περιπτώσεων (case studies), οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με πραγματικά επικοινωνιακά σενάρια και αναλύουν πώς η ενσυναίσθηση μπορεί να συμβάλει στην πρόληψη ή την αποτελεσματική επίλυση συγκρούσεων σε διάφορα πλαίσια, όπως στον επαγγελματικό και στον προσωπικό τομέα.

2.3.A.3 | ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση και τη διαχείριση των πολιτισμικών διαφορών στην επικοινωνία, ιδίως σε διεθνές περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται σε θεμελιώδεις έννοιες που σχετίζονται με την πολιτισμική πολυμορφία και τις διαφοροποιήσεις στους τρόπους έκφρασης μεταξύ των διαφόρων πολιτισμών. Οι πολιτισμικές διαφορές επηρεάζουν και καθορίζουν την προφορική και τη μη λεκτική επικοινωνία. Οι χειρονομίες, η γλώσσα του σώματος, ο τόνος της φωνής και άλλες μη λεκτικές εκφράσεις μπορεί να έχουν διαφορετική σημασία από χώρα σε χώρα. Στο πλαίσιο της υποενότητας, αναλύεται και το πώς οι

διάφοροι πολιτισμοί αντιλαμβάνονται την επικοινωνία και τις αλληλεπιδράσεις των ατόμων. Εξετάζεται επίσης ο τρόπος με τον οποίο ο πολιτισμός επηρεάζει τις εκφράσεις σε κοινωνικές και επαγγελματικές καταστάσεις, όπως σε διαπραγματεύσεις, συναντήσεις και άλλες διαδραστικές περιστάσεις. Η έννοια της «πολιτισμικής ευαισθησίας» αποτελεί κεντρικό σημείο της μαθησιακής υποενότητας, καθώς αυτή καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και ανταποκρίνονται σε διαφορετικές πολιτισμικές παραμέτρους. Η πολιτισμική ευαισθησία περιλαμβάνει την ικανότητα κάποιου/-ας να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες και τις προσδοκίες των άλλων μέσα στο πολιτισμικό τους πλαίσιο, χωρίς να υποτιμά ή να παρανοεί τη σημασία των εκφράσεων και των συμπεριφορών τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες για να διαχειρίζονται τις πολιτισμικές διαφορές, να προσαρμόζουν την επικοινωνία τους και να επιτυγχάνουν θετικά αποτελέσματα σε πολυπολιτισμικά και διεθνή πλαίσια. Μέσα από πρακτικές ασκήσεις, όπως προσομοιώσεις διαπραγματεύσεων και σενάρια που απεικονίζουν πολιτισμικές αντιθέσεις ή διαφορές στις κοινωνικές αξίες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις στρατηγικές προσαρμογής της επικοινωνίας.

2.3.A.4 | ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στις βασικές τεχνικές για την αποτελεσματική προφορική και γραπτή επικοινωνία. Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην καλλιέργεια ικανοτήτων που θα τους επιτρέψουν να επικοινωνούν με σαφήνεια, ακρίβεια και συνοχή, είτε πρόκειται για γραπτά κείμενα είτε για προφορικές μορφές επικοινωνίας. Στο πλαίσιο της γραπτής επικοινωνίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη χρήση τεχνικών και στρατηγικών που ενισχύουν την πειστικότητα και την ελκυστικότητα των γραπτών τους μηνυμάτων. Μαθαίνουν πώς να οργανώνουν τον λόγο τους, χρησιμοποιώντας την κατάλληλη δομή για κάθε είδος κειμένου, όπως αναφορές, προτάσεις, επαγγελματικές ανακοινώσεις και ηλεκτρονική αλληλογραφία. Η επιλογή του κατάλληλου ύφους, της γλώσσας και της τυποποίησης σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προσδοκίες του κοινού τους είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς κάθε κοινό απαιτεί διαφορετική προσέγγιση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται επίσης πώς να προσαρμόζουν το ύφος και τον τόνο της γραπτής επικοινωνίας τους ανάλογα με την κατάσταση και τον σκοπό της επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκπαιδεύονται στις τεχνικές που επιτρέπουν την αποτελεσματική έκφραση του λόγου τους, ώστε να διασφαλίζεται ότι το μήνυμα θα γίνει κατανοητό από το κοινό τους και ότι θα διατηρηθεί το ενδιαφέρον του. Μαθαίνουν να χρησιμοποιούν την κατάλληλη γλώσσα του σώματος, τον τόνο της φωνής και τα κατάλληλα διαλείμματα για να ενισχύσουν το μήνυμά τους και να διασφαλίσουν την εμπλοκή του ακροατηρίου.

2.3.A.5 | Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην αξιοποίηση των μέσων επικοινωνίας και πληροφορικής, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι πλατφόρμες άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων και τα εργαλεία τηλεδιάσκεψης, με σκοπό την ενίσχυση της επικοινωνίας σε διεθνές και πολυπολιτισμικό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν τις δυνατότητες που προσφέρουν αυτά τα μέσα, όπως η ταχύτητα, η ευχέρεια στη σύνδεση με άτομα από διαφορετικές χώρες και πολιτισμούς και η διευκόλυνση της επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο, παρά τις γεωγραφικές αποστάσεις. Ωστόσο, αναλύονται και οι προκλήσεις που ενδέχεται να προκύψουν από τη χρήση αυτών των μέσων, όπως η ασφάλεια των δεδομένων, η προστασία της ιδιωτικότητας, η διατήρηση του επαγγελματισμού και η αποφυγή παρανοήσεων λόγω της περιορισμένης παρουσίας μη λεκτικών σημάτων στη γραπτή επικοινωνία μέσω e-mail ή άμεσων μηνυμάτων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκπαιδεύονται να αναγνωρίζουν αυτές τις προκλήσεις και να τις αντιμετωπίζουν με υπευθυνότητα και επαγγελματισμό. Μέσα από πρακτικές εφαρμογές, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες στη χρήση αυτών των νέων μέσων με αποτελεσματικό τρόπο. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προσαρμογή του μηνύματος στο εκάστοτε μέσο, στη διαχείριση της πληθώρας πληροφοριών και την αποφυγή υπερφόρτωσης, καθώς και στην ανάπτυξη στρατηγικών για την αποτελεσματική επικοινωνία σε πολυπολιτισμικά και διεθνή πλαίσια. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μέσα από αυτή τη μαθησιακή υποενότητα καθίστανται έτοιμοι/-ες να αξιοποιήσουν τα νέα μέσα επικοινωνίας για την επίτευξη των επαγγελματικών τους στόχων με υπευθυνότητα και αποτελεσματικότητα.

2.3.A.6 | ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ

Στην τελευταία μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις βασικές αρχές της διαπραγμάτευσης, με εστίαση κυρίως στις εμπορικές σχέσεις. Η διαδικασία της διαπραγμάτευσης αναλύεται από την αρχική προετοιμασία μέχρι την επίτευξη συμφωνίας. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, εξετάζονται σημαντικά στοιχεία, όπως ο καθορισμός τιμών, οι όροι πληρωμής και οι στρατηγικές για την αποτελεσματική παρουσίαση και διάθεση της προσφοράς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να προσδιορίζουν τους στόχους τους, να κατανοούν τις ανάγκες των άλλων μερών και να αναπτύσσουν στρατηγικές που θα ενισχύσουν τις πιθανότητες επιτυχίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προσαρμογή των στρατηγικών διαπραγμάτευσης σύμφωνα με την εθνική κουλτούρα του/της αντισυμβαλλομένου/-ης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς οι πολιτισμικές παράμετροι, όπως η αντίληψη της εξουσίας, η κοινωνική απόσταση και οι διαφορετικοί τρόποι επικοινωνίας, επηρεάζουν τη διαδικασία διαπραγμάτευσης. Μαθαίνουν να ερευνούν και να αξιολογούν τις πολιτισμικές διαφορές και να προσαρμόζουν την προσέγγισή τους, ώστε να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Μέσα από πρακτικά παραδείγματα και εργασίες προσομοίωσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη

διαχείριση διαφορετικών διαπραγματευτικών περιβαλλόντων. Αναπτύσσουν δεξιότητες για την αποτελεσματική επικοινωνία, την επίλυση διαφορών και τη δημιουργία αμοιβαία επωφελών συμφωνιών. Στο τέλος της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να προσεγγίζουν τις διαπραγματεύσεις με ευελιξία και επαγγελματισμό, ανεξάρτητα από το πολιτισμικό πλαίσιο.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Ασπρίδης, Γ. Μ., Τσέλιος, Δ. & Ρωσσίδης, Ι. Φ. (2018). *Επιχειρησιακές επικοινωνίες: Θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Σταμάτης, Γ. Ι. (2007). *Ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνία: Ένα πρακτικό εργαλείο για μια ολιστική αντιμετώπιση της επιχειρησιακής επικοινωνίας* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Συμπληρωματικές

1. Παπαλεξανδρή, Ν. & Λυμπερόπουλος, Δ. (2014). *Δημόσιες σχέσεις: Η λειτουργία της επικοινωνίας στους σύγχρονους οργανισμούς* (3η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
2. Κοτζαϊβάζογλου, Ι. & Πασχαλούδης, Δ. (2002). *Οργανωσιακή επικοινωνία: Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

2.3.B • ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες της εφοδιαστικής αλυσίδας (logistics) και να τους/τις βοηθήσει να αποκτήσουν τις βάσεις για την κατανόηση και τη διαχείριση θεμάτων που αφορούν τον χώρο της μεταφοράς των προϊόντων, είτε κατά την εισαγωγή είτε κατά την εξαγωγή. Ειδικότερα, παρουσιάζονται τα διαθέσιμα δίκτυα διανομής (εθνικές μεταφορές, συνδυασμένες κ.λπ.), καθώς και οι διάφοροι τρόποι μεταφοράς με τα πλεονεκτήματά και τα μειονεκτήματά τους, ανάλογα και με το είδος των προϊόντων (τεχνολογίας, οπωροκηπευτικά, χειροτεχνήματα, ρούχα κ.λπ.). Παρουσιάζονται οι τρόποι παροχής υπηρεσιών από τρίτους, οι νέες τεχνολογίες και τα πληροφοριακά συστήματα που είναι διαθέσιμα στις αλυσίδες εφοδιασμού. Στην ενότητα αναλύονται επίσης θέματα χωροταξικής, λειτουργικής και διοικητικής οργάνωσης των αποθηκευτικών χώρων, διαχείρισης αποθεμάτων, προετοιμασίας παραγγελίας και διαδικασιών παραλαβής εμπορευμάτων. Επίσης, αναλύονται η διαχείριση επιστροφών και, γενικότερα, η αντίστροφη ροή στην εφοδιαστική αλυσίδα (ανακύκλωση, επισκευές, ακατάλληλα

προϊόντα, λάθη αποστολής). Τέλος, παρουσιάζονται τα απαραίτητα έγγραφα που συνοδεύουν τα εμπορεύματα και οι τρόποι συμπλήρωσής τους, καθώς και οι διεθνείς εμπορικοί όροι (Incoterms®).

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν βασικές έννοιες της λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας,
- Αναγνωρίζουν το περιεχόμενο και τους κανόνες των Incoterms®,
- Διακρίνουν τα διαθέσιμα δίκτυα διανομής,
- Αξιολογούν τα κριτήρια και τις μεθόδους επιλογής του τρόπου μεταφοράς,
- Εφαρμόζουν εναλλακτικές και προσαρμοσμένες λύσεις με στόχο την υπέρβαση ενδεχόμενων δυσκολιών,
- Υποστηρίζουν τις λειτουργίες της εφοδιαστικής αλυσίδας στο διεθνές εμπόριο,
- Εφαρμόζουν κανόνες για τη διαχείριση επιστροφών και την υποστήριξη της αντίστροφης ροής της εφοδιαστικής αλυσίδας,
- Διαχειρίζονται τα απαραίτητα έγγραφα που συνοδεύουν τα εμπορεύματα,
- Χειρίζονται την ανάθεση λειτουργιών εφοδιαστικής διαχείρισης σε τρίτους,
- Υποστηρίζουν τη χωροταξική, λειτουργική και διοικητική οργάνωση των αποθηκευτικών χώρων.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Προμήθειες / Μεταφορές / Διανομή / Αποθήκευση / Αποθέματα / Κανάλι διανομής / Outsourcing / Ανάλυση ABC / Οργάνωση αποθήκης / Δίκτυα διανομής.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ
2	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
3	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
4	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ
5	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΚΑΝΑΛΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
6	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

2.3.B.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες την έννοια και τις βασικές αρχές της εφοδιαστικής αλυσίδας, η οποία περιλαμβάνει τον σχεδιασμό, την εφαρμογή και τον έλεγχο των βασικών διαδικασιών μέσω των οποίων οι εισροές μετατρέπονται σε προϊόντα και υπηρεσίες και προστίθεται αξία στους/στις πελάτες/-ισσες. Παρουσιάζονται οι βασικές διαδικασίες για την αποτελεσματική ενοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και, συγκεκριμένα, η διαχείριση των σχέσεων με τους/τις πελάτες/-ισσες και με τους/τις προμηθευτές/-τριες. Αρχικά, πραγματοποιείται μια ιστορική επισκόπηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και παρουσιάζονται τα οφέλη και η σημασία της για τους/τις καταναλωτές/-τριες, τις επιχειρήσεις και το περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν ότι η εφοδιαστική αλυσίδα επιδιώκει την ικανοποίηση των επιχειρησιακών στόχων με το μικρότερο δυνατό κόστος, ικανοποιώντας ταυτόχρονα το κριτήριο της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται σε ολόκληρη την αλυσίδα, με τελικούς/-ές αποδέκτες/-τριες τους/τις καταναλωτές/-τριες. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι αγορές-προμήθειες, η διαχείριση αποθεμάτων, η διακίνηση (μεταφορές/διανομές) και η αποθήκευση, που αποτελούν τις βασικές λειτουργίες της εφοδιαστικής (logistics). Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας αναδεικνύεται η σημασία της διαχείρισης των παραπόνων των πελατών/-ισσών για την ικανοποίησή τους σε περιπτώσεις απόκλισης της επιχείρησης από τους στόχους της, με στόχο την αναστροφή των αποκλίσεων αυτών και την ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών/-ισσών στις επιχειρήσεις. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών.

2.3.B.2 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ

Στο πλαίσιο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας παρουσιάζονται τα κανάλια διανομής, που περιλαμβάνουν το φυσικό και το εμπορικό κανάλι διακίνησης, καθώς και οι τρεις βασικοί τύποι διανομής στις στρατηγικές των επιχειρήσεων: η ευρεία (εκτεταμένη), η εξειδικευμένη και η επιλεκτική διανομή. Αναλύεται η ανάθεση υπηρεσιών logistics σε τρίτους, δηλαδή το outsourcing, πραγματοποιείται μια ιστορική αναδρομή στην εξέλιξή του και αναφέρονται οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης σε αυτό. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τους λόγους που οδηγούν τις επιχειρήσεις στην επιλογή του outsourcing και τις προοπτικές ανάπτυξής του. Στη συνέχεια, αναλύονται η εξέλιξη και η οργάνωση του αποθηκευτικού τομέα, καθώς και η ανάπτυξη σύγχρονων αποθηκευτικών κέντρων, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν την οργάνωση και τη διαχείριση του αποθηκευτικού συστήματος, εκλαμβάνοντας την αποθηκευτική λειτουργία ως κύρια διαδικασία της εφοδιαστι-

κής αλυσίδας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με τη σύγχρονη οργάνωση των αποθηκευτικών χώρων και λειτουργιών, καθώς και με τον βασικό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται στα κέντρα αποθήκευσης. Επιπλέον, στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας παρουσιάζεται η διαδικασία διαχείρισης των αποθεμάτων και των αγορών ή προμηθειών. Αναλύονται οι έννοιες και η σημασία των αποθεμάτων, η σημασία και οι παράμετροι που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα της διαχείρισής τους, το μοντέλο οικονομικής ποσότητας παραγγελίας και η τεχνική ανάλυσης αποθεμάτων ABC. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, μέσα από μελέτες περίπτωσης αξιολογούν προμηθευτές για την αγορά προϊόντων.

2.3.B.3 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τη μεταφορική διαδικασία. Παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες των μεταφορών και τα βασικά χαρακτηριστικά των μέσων μεταφοράς. Παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των θαλάσσιων, των εναέριων (αεροπορικών) και των χερσαίων μεταφορών, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να είναι σε θέση να επιλέγουν το καταλληλότερο κάθε φορά μεταφορικό μέσο με κριτήριο την ταχύτητα, τη συνέπεια κ.ά. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις μεταφορές μέσω αγωγών που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά φυσικού αερίου, πετρελαίου, φωταερίου και ύδατος και διενεργούνται μέσω υπόγειων ή υποθαλάσσιων δικτύων. Διατυπώνονται και αποσαφηνίζονται οι όροι “Combined Transport”, “Intermodal Transport” και “Multimodal Transport”, που χρησιμοποιούνται διεθνώς για τις συνδυασμένες μεταφορές και αφορούν τις δυνατότητες που υπάρχουν για διάφορους συνδυασμούς χρήσης των διαθέσιμων μεταφορικών μέσων, με στόχο τη μείωση του κόστους, τη μεγαλύτερη ταχύτητα ή και τη διαμόρφωση ολοκληρωμένων δικτύων διανομής. Επιπλέον, στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας αναλύεται το θεσμικό πλαίσιο των μεταφορών και παρουσιάζονται οι Διεθνείς Εμπορικοί Όροι (International Commercial Terms, Incoterms®), που αποτελούν τους βασικούς εμπορικούς όρους για την πώληση αγαθών παγκοσμίως και υιοθετήθηκαν από το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο για την εισαγωγή και εξαγωγή εμπορικών αγαθών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με βασικά οικονομικά στοιχεία των μεταφορών, αναγνωρίζουν τους παράγοντες που καθορίζουν το μεταφορικό κόστος και εξοικειώνονται με δείκτες αξιολόγησης του μεταφορικού έργου. Ως καταληκτική εκπαιδευτική πρακτική προτείνεται η εμπλουτισμένη εισήγηση και, στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, δύνανται να ετοιμάσουν δείκτες αποδοτικότητας, προκειμένου να παρακολουθήσουν τις επιδόσεις μεταφορικών έργων εταιρειών επιλογής τους.

2.3.B.4 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τον σκοπό της εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς και τα ζητήματα που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό, τον προγραμματισμό ή τη λειτουργία μιας εφοδιαστικής αλυσίδας. Προσδιορίζονται οι στόχοι μιας εφοδιαστικής αλυσίδας και αναδεικνύεται η σημασία των αποφάσεων που αφορούν την εφοδιαστική αλυσίδα για την επιτυχία μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Αναλύονται οι τρεις βασικές φάσεις λήψης αποφάσεων για την εφοδιαστική αλυσίδα και εξηγείται η σπουδαιότητα κάθε φάσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τις θεωρήσεις κύκλων και ώθησης/έλξης, καθώς και τις μακροδιαδικασίες μιας εφοδιαστικής αλυσίδας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας περιγράφεται πώς μια επιχείρηση επιτυγχάνει στρατηγική προσαρμογή ανάμεσα στη στρατηγική της εφοδιαστικής αλυσίδας και την ανταγωνιστική στρατηγική της. Αναγνωρίζονται οι πέντε κύριοι μοχλοί για την αντιμετώπιση της αβεβαιότητας σε μια εφοδιαστική αλυσίδα και συγκεκριμένα: η δυναμικότητα, το απόθεμα, ο χρόνος, η πληροφορία και η τιμή. Επιπλέον, εξηγούνται και αναλύονται το εύρος του στρατηγικού πεδίου δράσης και ο λόγος για τον οποίο η στρατηγική προσαρμογή έχει αποφασιστική σημασία στη συνολική επιτυχία των επιχειρήσεων. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, προτείνουν τρόπους βελτίωσης της εφοδιαστικής αλυσίδας σε μια επιχείρηση διεθνούς εμπορίου.

2.3.B.5 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΚΑΝΑΛΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τη σύνδεση των βασικών χρηματοοικονομικών μετρικών (metrics) απόδοσης μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου με την απόδοση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Περιγράφονται οι βασικές χρηματοοικονομικές μετρικές απόδοσης της επιχείρησης και προσδιορίζονται οι σημαντικότερες κινητήριες δυνάμεις της απόδοσης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ορίζουν τις βασικές μετρικές απόδοσης για τις εγκαταστάσεις, το απόθεμα, τις μεταφορές, την πληροφόρηση, την αναζήτηση πηγών προμηθειών και την τιμολόγηση και αναλύουν ταυτόχρονα τον ρόλο τους στη δημιουργία στρατηγικής προσαρμογής μεταξύ της στρατηγικής της εφοδιαστικής αλυσίδας και της ανταγωνιστικής στρατηγικής. Περαιτέρω, παρουσιάζεται ο ρόλος της διανομής σε μια εφοδιαστική αλυσίδα και εντοπίζονται οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό ενός δικτύου διανομής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τους πιθανούς σχεδιασμούς για τα δίκτυα διανομής και αξιολογούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία κάθε επιλογής. Η ανωτέρω γνώση θα δώσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες ένα πλαίσιο για τον σχεδιασμό πολυκαναλικών πωλήσεων με βάση τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και τις

ανάγκες κάθε πελάτη/-ισσας. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσα από την ανάλυση μελετών περίπτωσης, συζητούν τα αδύνατα και δυνατά σημεία των διαφόρων εναλλακτικών καναλιών διανομής.

2.3.B.6 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζει τον ρόλο του σχεδιασμού δικτύου και τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις για τον σχεδιασμό του. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν ότι ορισμένοι παράγοντες είναι ποσοτικοποιημένοι και μπορούν να συμπεριληφθούν άμεσα στα μοντέλα σχεδιασμού δικτύων, ενώ κάποιοι άλλοι, εξίσου σημαντικοί, ενδέχεται να μην είναι ποσοτικοποιημένοι, πρέπει όμως να ληφθούν υπόψη κατά τον σχεδιασμό του δικτύου της εφοδιαστικής αλυσίδας. Αναλύεται ο σκοπός του σχεδιασμού δικτύου και συγκεκριμένα η μεγιστοποίηση της μακροπρόθεσμης κερδοφορίας της εφοδιαστικής αλυσίδας. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται και προσδιορίζονται οι παράγοντες που πρέπει να συμπεριληφθούν στο συνολικό κόστος κατά τη λήψη αποφάσεων που αφορούν τις παγκόσμιες πηγές εφοδιασμού. Στο πλαίσιο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας, ορίζονται οι σχετικοί κίνδυνοι και εξηγούνται οι διάφορες στρατηγικές που μπορούν να εφαρμοστούν για την αντιμετώπιση των κινδύνων στις παγκόσμιες εφοδιαστικές αλυσίδες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις βασικές αρχές του δέντρου αποφάσεων (decision tree), που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση αποφάσεων υπό καθεστώς αβεβαιότητας. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσω της τεχνικής του καταγισμού ιδεών, καταγράφουν τις κύριες πηγές αβεβαιότητας που μπορούν να επηρεάσουν την αξία των αποφάσεων που αφορούν τις εφοδιαστικές αλυσίδες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Chopra, S. (2021). *Διοίκηση εφοδιαστικής αλυσίδας: Στρατηγική, προγραμματισμός και λειτουργία* (7η έκδοση), (μτφρ. Π. Πολυματίδου). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Μαλινδρέτος, Γ. (2015). *Εφοδιαστική αλυσίδα, logistics και εξυπηρέτηση πελατών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε στις 20 Μαρτίου 2025 από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5391>

Συμπληρωματικές

1. Christopher, M. (2017). *Logistics και διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας* (2η έκδοση), (μτφρ. Η. Νικολάου & Α. Χράπαλος). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Βιδάλης, Μ. (2017). *Εφοδιαστική (Logistics): Μια ποσοτική προσέγγιση* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

2.3.Γ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τους τρόπους ανεύρεσης συνεργατών/προμηθευτών στον διεθνή χώρο και τα κριτήρια επιλογής των καταλληλότερων. Συγκεκριμένα, αναλύονται πηγές από τις οποίες μπορούν να αντληθούν οι κατάλληλες πληροφορίες και η απαραίτητη υποστήριξη, καθώς και οι τρόποι προσέγγισης πιθανών συνεργατών. Αναλύεται η διαδικασία προετοιμασίας συμφωνιών. Αναφέρονται οι τρόποι αξιολόγησης πιθανών προμηθευτών, η διαδικασία επιλογής και η τήρηση αρχείου υποψήφιων συνεργατών για μελλοντική αξιοποίηση. Παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο διασφαλίζεται η τήρηση των προδιαγραφών και των προτύπων ποιότητας. Παρουσιάζονται οι διαδικασίες εισαγωγής, η σημασία του τελωνείου, οι τρόποι εκτελωνισμού, καθώς και οι διατυπώσεις και η οργάνωση των εγγράφων εισαγωγής. Αναλύονται η επίδραση της μεταβολής της συναλλαγματικής ισοτιμίας στην τιμή του εισαγόμενου προϊόντος, οι λοιπές επιβαρύνσεις και οι κίνδυνοι, προκειμένου να μπορεί να προσδιοριστεί η πιο συμφέρουσα προσφορά.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Προσδιορίζουν τις διαδικασίες επιλογής πιθανών προμηθευτών,
- Οργανώνουν τις πηγές από τις οποίες μπορούν να αντληθούν οι απαραίτητες πληροφορίες για προμηθευτές,

- Διατυπώνουν τις διαδικασίες εισαγωγών,
- Επαληθεύουν την τήρηση προδιαγραφών και προτύπων ποιότητας,
- Εντοπίζουν πηγές πληροφοριών για υποστηρικτικούς οργανισμούς και μηχανισμούς στη διαδικασία εισαγωγών,
- Διαχειρίζονται αρχεία υποψήφιων συνεργατών,
- Συντάσσουν έγγραφα εισαγωγής,
- Εφαρμόζουν τεχνικές πληρωμής σε διεθνές επίπεδο,
- Εφαρμόζουν τις αρχές εκτελωνισμού,
- Υπολογίζουν τις μεταβολές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες,
- Αντιμετωπίζουν κινδύνους που μπορεί να προκύψουν κατά την εισαγωγή,
- Χειρίζονται θέματα της αγοραστικής λειτουργίας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επιλογή προμηθευτών / Διεθνείς συμφωνίες / Προδιαγραφές προϊόντων / Ποιοτικός έλεγχος / Τελωνείο / Εκτελωνισμός / Συναλλαγματικές ισοτιμίες / Υπολογισμός κόστους / Συναλλαγματικός κίνδυνος / Τεχνικές πληρωμής / Αγοραστική λειτουργία / Τεκμηρίωση διαδικασιών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ
2	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΨΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ
3	ΤΗΡΗΣΗ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ
4	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ, ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΜΟΣ
5	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΙΣΟΤΙΜΙΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ
6	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Γ.1 | ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ

Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην παρουσίαση και ανάλυση των μεθόδων με τις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν και επιλέγουν αξιόπιστους προμηθευτές σε διεθνές επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τις κύριες πηγές πληροφόρησης για την αναζήτηση συνεργατών, όπως ψηφιακές βάσεις δεδομένων (πλατφόρμες B2B), εμπορικές εκθέσεις, επαγγελματικά επιμελητήρια και εμπορικές αποστολές. Περιγράφουν τα βασικά βήματα για τη συλλογή, την καταγραφή και την

αξιολόγηση πληροφοριών, καθώς και τα βασικά κριτήρια για την επιλογή προμηθευτή, όπως τιμή, ποιότητα, αξιοπιστία παράδοσης, πιστοποιήσεις και γεωγραφική θέση. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται οι βασικές μέθοδοι προκαταρκτικής αξιολόγησης, όπως η ανάλυση τεχνικών προσφορών, τα αιτήματα παροχής πληροφοριών (Request for Information, RFI) και η σύνταξη πινάκων αξιολόγησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν αρχεία πιθανών συνεργατών και ταξινομούν τις επαφές τους ανά γεωγραφική περιοχή, κλάδο και βαθμό ανταπόκρισης. Επιπλέον, συγκρίνουν στρατηγικές για την επιλογή ενός ή πολλών προμηθευτών και διακρίνουν τις περιπτώσεις όπου απαιτείται διασπορά του κινδύνου μέσω εναλλακτικών πηγών προμήθειας. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη δημιουργία οργανωμένου και τεκμηριωμένου μηχανισμού λήψης απόφασης για την επιλογή προμηθευτών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν ως πρακτική την αποτύπωση προδιαγραφών πριν από την αναζήτηση προμηθευτή, εντοπίζουν τις παγίδες της βιαστικής επιλογής και περιγράφουν τα πλεονεκτήματα της συστηματικής και συγκριτικής προσέγγισης. Προτείνεται να αναλύσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες ένα σενάριο αναζήτησης προμηθευτή για συγκεκριμένο εισαγόμενο προϊόν. Δημιουργούν έναν πίνακα αξιολόγησης, χρησιμοποιούν ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια και παρουσιάζουν τεκμηριωμένα τη στρατηγική επιλογής του κατάλληλου προμηθευτή σε διεθνές επίπεδο.

2.3.Γ.2 | ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΨΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες για τη σωστή προετοιμασία και σύναψη συμφωνιών εισαγωγής, σύμφωνα με τις ανάγκες και τις δυνατότητες της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βασικά βήματα που προηγούνται της σύναψης συμφωνίας: από την αρχική πρόταση συνεργασίας έως τη διαπραγμάτευση των όρων και την τυποποίηση των τεχνικών, ποιοτικών και εμπορικών απαιτήσεων. Εστιάζουν στη διαμόρφωση καθαρών και τεκμηριωμένων όρων συναλλαγής που περιλαμβάνουν τιμολόγηση, χρόνους παράδοσης, ποσότητες, συσκευασία, ρήτρες ακύρωσης και εγγυήσεις. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται εργαλεία όπως τα πρότυπα έντυπα παραγγελίας, τα συμφωνητικά προμηθευτή και οι κανόνες Incoterms®, οι οποίοι καθορίζουν τη μεταφορά κινδύνου και εξόδων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν τη ροή των εγγράφων που συνοδεύουν τη συμφωνία (π.χ. προσφορές, τιμολόγια pro forma, επιβεβαιώσεις παραγγελίας) και ερμηνεύουν την αξία της διαφάνειας και της τυπικότητας στη δημιουργία εμπιστοσύνης μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Περιγράφουν επίσης τη σημασία της προκαταρκτικής επικοινωνίας, της διευκρίνισης πιθανών παρεξηγήσεων και της διασφάλισης κοινής αντίληψης ως προς το αντικείμενο της συναλλαγής. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ικανότητα των εκπαιδευόμενων να συντάσσουν, να διαπραγματεύονται και να ελέγχουν συμφωνίες εισαγωγής με επαγγελματισμό και νομική υπευθυνότητα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις λεπτομέρειες που ενδέχεται να επηρεάσουν τη ροή και την επιτυχία

της εμπορικής πράξης και υιοθετούν μεθοδολογία ελέγχου των όρων πριν από την τελική υπογραφή. Προτείνεται να δημιουργήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε ομάδες ένα πρότυπο συμφωνητικό εισαγωγής, βασισμένο σε υποθετικό σενάριο συνεργασίας με ξένο προμηθευτή, και να ενσωματώσουν όρους Incoterms®, ελάχιστα απαιτούμενα έγγραφα και ρήτρες ποιότητας και να παρουσιάσουν τα σημεία που θεωρούν κρίσιμα για την προστασία της επιχείρησης.

2.3.Γ.3 | ΤΗΡΗΣΗ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στη σημασία της τήρησης τεχνικών και ποιοτικών προδιαγραφών στις συμφωνίες εισαγωγής και στις διαδικασίες που εξασφαλίζουν την ποιότητα των εισαγόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τη λειτουργία των προτύπων ISO, της σήμανσης CE και του συστήματος HACCP, περιγράφουν τους τρόπους ενσωμάτωσης των σχετικών απαιτήσεων στις συμβάσεις και οργανώνουν συστήματα ελέγχου κατά την παραλαβή ή πριν από την αποστολή των προϊόντων. Αναγνωρίζουν τον ρόλο των εξωτερικών φορέων επιθεώρησης και τις ευθύνες του εισαγωγέα ως προς τη συμμόρφωση με τις τεχνικές απαιτήσεις. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν έννοιες, όπως οι προδιαγραφές (specifications), το δείγμα αναφοράς, ο ποιοτικός έλεγχος παρτίδας, η αποδοχή ή απόρριψη προϊόντων και ο τεκμηριωμένος έλεγχος παραλαβής. Εξετάζονται διαφορετικοί τύποι ελέγχου (δειγματοληπτικός, οπτικός, εργαστηριακός) και προσδιορίζονται τα έντυπα και οι αναφορές που υποστηρίζουν τη διαδικασία. Ερμηνεύεται η σημασία της πιστής τήρησης των προδιαγραφών όχι μόνο για λόγους νομιμότητας αλλά και για την εμπέδωση σχέσης εμπιστοσύνης με τον/την πελάτη/-ισσα. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην πρόληψη ποιοτικών προβλημάτων μέσω της ξεκάθαρης περιγραφής απαιτήσεων και της συνεχούς παρακολούθησης της ποιότητας των προμηθειών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν την πρακτική της τεκμηρίωσης, της έγκαιρης αναφοράς αποκλίσεων και της επικοινωνίας με τους προμηθευτές σε περίπτωση μη συμμόρφωσης. Διακρίνουν τον ρόλο του ποιοτικού ελέγχου ως εργαλείου προστασίας του brand και της σχέσης με τον/την τελικό/-ή πελάτη/-ισσα. Προτείνεται να μελετήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες παράδειγμα συμφωνίας στην οποία δεν τηρήθηκαν οι προδιαγραφές και να εντοπίσουν ποια μέτρα έπρεπε να είχαν προβλεφθεί. Στη συνέχεια, δημιουργούν ένα έντυπο ποιοτικού ελέγχου και προτείνουν μια διαδικασία αξιολόγησης πριν από την αποδοχή εισαγόμενης παραγγελίας.

2.3.Γ.4 | ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ, ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΜΟΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις για την κατανόηση και την εφαρμογή των διαδικασιών εισαγωγής και του εκτελωνισμού εμπορευμάτων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα στάδια που απαιτούνται από τη στιγμή της άφιξης των προϊόντων έως την τελική

παραλαβή από τον/την εισαγωγέα. Προσδιορίζουν τη σημασία του τελωνείου ως μηχανισμού ελέγχου, διασφάλισης της νομιμότητας και φορολόγησης και οργανώνουν τις ενέργειες που σχετίζονται με την κατάθεση και την παρακολούθηση των σχετικών εγγράφων. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται έννοιες, όπως η δασμολογική κατάταξη, η δασμολογητέα αξία (customs value), ο φόρος προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ), οι ειδικοί φόροι και τα έξοδα εκτελωνισμού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με έγγραφα όπως το εμπορικό τιμολόγιο, ο κατάλογος συσκευασίας (packing list), το πιστοποιητικό προέλευσης, το ναυτιλιακό έγγραφο (π.χ. φορτωτική) και η διασάφηση εισαγωγής. Περιγράφουν τα καθήκοντα του/της εκτελωνιστή/-τριας, τις ενέργειες του/της εισαγωγέα και τα στάδια συνεργασίας με τις τελωνειακές αρχές. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην τήρηση των προβλεπόμενων διαδικασιών και στην ακρίβεια των παρεχόμενων πληροφοριών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τη σημασία της νομοθετικής συμμόρφωσης, εντοπίζουν πιθανά προβλήματα ή καθυστερήσεις λόγω λανθασμένων δηλώσεων και υιοθετούν ως πρακτική την προετοιμασία εγγράφων και τη συνεργασία με εξωτερικούς συνεργάτες (εκτελωνιστές/-τριες, μεταφορικές εταιρείες). Προτείνεται να αναλύσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες ένα υποθετικό σενάριο εισαγωγής, κατά το οποίο παρακολουθούν όλα τα βήματα από την άφιξη του προϊόντος έως την ολοκλήρωση του εκτελωνισμού. Περιγράφουν τις διαδικασίες υποβολής και εντοπίζουν σημεία που απαιτούν αυξημένη προσοχή από τον/την εισαγωγέα.

2.3.Γ.5 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΙΣΟΤΙΜΙΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις γνώσεις και τις δεξιότητες για τον υπολογισμό του τελικού κόστους ενός εισαγόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας, λαμβάνοντας υπόψη τις συναλλαγματικές ισοτιμίες και τους δυνητικούς κινδύνους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν όλα τα επιμέρους στοιχεία που επηρεάζουν το κόστος εισαγωγής, όπως η τιμή αγοράς, το κόστος μεταφοράς, η ασφάλιση, τα έξοδα εκτελωνισμού, οι φόροι και οι δασμοί. Οργανώνουν πίνακες κόστους και διακρίνουν πότε μια προσφορά είναι συμφέρουσα με βάση το συνολικό κόστος και όχι μόνο την τιμή μονάδας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύεται ο ρόλος των συναλλαγματικών ισοτιμιών (π.χ. ευρώ/δολάριο), ερμηνεύεται η επίδραση της υποτίμησης ή ανατίμησης και περιγράφονται οι τρόποι κάλυψης κινδύνων (hedging) μέσω συμφωνιών προαγοράς συναλλάγματος ή ορισμού σταθερής τιμής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την έννοια του συναλλαγματικού κινδύνου, τον κίνδυνο καθυστερήσεων, μεταβολών στους δασμούς ή αβεβαιότητας ως προς τον προμηθευτή. Εξετάζουν εργαλεία όπως τιμολογιακά μοντέλα, πίνακες σεναρίων και διαγράμματα απόδοσης, προκειμένου να προβλέψουν την επίδραση των παραμέτρων στο τελικό κόστος. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ικανότητα λήψης τεκμηριωμένων αποφάσεων πριν από την αποδοχή μιας

προσφοράς εισαγωγής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν μεταξύ φαινομενικά φθηνής και ουσιαστικά συμφέρουσας προσφοράς, υιοθετούν πρακτικές υπολογισμού πλήρους κόστους (total landed cost) και εντοπίζουν τρόπους ελαχιστοποίησης του κινδύνου μέσω διασποράς ή συμφωνημένων όρων πληρωμής. Προτείνεται να υπολογίσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες το συνολικό κόστος εισαγωγής ενός προϊόντος, χρησιμοποιώντας πραγματικά δεδομένα ισοτιμιών και εξόδων. Σε ομάδες, συγκρίνουν διαφορετικές προσφορές και επιλέγουν εκείνη που παρουσιάζει το χαμηλότερο πραγματικό κόστος, αιτιολογώντας τεχνικά την απόφαση.

2.3.Γ.6 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις βασικές αρχές για την οργάνωση της αγοραστικής λειτουργίας μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε διεθνές περιβάλλον και διαχειρίζεται εισαγωγικές πράξεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τους ρόλους και τις ευθύνες του/της αγοραστή/-τριας, οργανώνουν τη ροή πληροφοριών και εγγράφων και περιγράφουν τα εργαλεία που απαιτούνται για την αποδοτική υποστήριξη εισαγωγών, από την αρχική ανάγκη έως την τελική παραλαβή. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, αναλύονται τα στάδια της αγοραστικής διαδικασίας: αίτημα αγοράς, επιλογή προμηθευτή, σύναψη συμφωνίας, παρακολούθηση παραγγελίας, παραλαβή, ποιοτικός έλεγχος και καταχώρηση παραστατικών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διαχειρίζονται ηλεκτρονικά ή φυσικά αρχεία προμηθευτών και συμβολαίων, εφαρμόζουν τυποποιημένα έντυπα και περιγράφουν το σύστημα ιχνηλασιμότητας εγγράφων. Εξετάζονται, επίσης, βασικές τεχνικές πληρωμής σε διεθνές περιβάλλον, όπως το τραπεζικό έμβασμα, η ενέγγυα πίστωση (Documentary Credit, L/C) και η είσπραξη έναντι εγγράφων (Documentary Collection), καθώς και οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τους. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη λειτουργική αποδοτικότητα και τη συνεργασία μεταξύ τμημάτων (π.χ. αγορών, logistics, οικονομικών). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν τη σημασία της τεκμηρίωσης, της τυποποίησης διαδικασιών και της συνεχούς ανατροφοδότησης. Υιοθετούν ως πρακτική την ορθή καταγραφή και αρχειοθέτηση όλων των σταδίων της διαδικασίας εισαγωγής, προκειμένου να μειώνεται ο κίνδυνος λαθών και καθυστερήσεων. Προτείνεται να καταρτίσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες ένα υπόδειγμα αγοραστικής ροής για την υποστήριξη μιας εισαγωγής, το οποίο να περιλαμβάνει τις απαραίτητες ενέργειες, τα έγγραφα ανά στάδιο και τις αρμοδιότητες ανά τμήμα. Οι ομάδες παρουσιάζουν τα μοντέλα τους και τα συγκρίνουν ως προς την πληρότητα και την ευκολία εφαρμογής.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Χολέβας, Ι. Κ. (1997). *Διεθνείς εμπορικές σχέσεις – Διεθνές εμπόριο*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
2. Κατρανίδης, Σ. & Νταντάκας, Δ. (2017). *Θεωρία και πολιτική διεθνούς εμπορίου*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Συμπληρωματικές

1. Βαμβούκας, Γ. Α. (2016). *Διεθνείς οικονομικές σχέσεις: Θεωρία, μεθοδολογία, εφαρμογές* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
2. Caves, R. E., Frankel, J. A. & Jones, R. W. (1992). *Διεθνές εμπόριο και πληρωμές* (τόμος Α΄). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

2.3.Δ • ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τις βασικές έννοιες που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο στον διεθνή χώρο. Ειδικότερα, θα αναλυθούν θέματα που αφορούν τον τρόπο λειτουργίας μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης, τον τρόπο προσέγγισης του κοινού από ξένες αγορές και την ένταση του ανταγωνισμού. Θα αναλυθούν η σημασία του περιεχομένου σε μια ηλεκτρονική επιχείρηση και οι βέλτιστοι τρόποι παραγωγής του. Θα αναπτυχθούν στρατηγικές ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, θα αναλυθεί η σημασία της καινοτομίας και θα προσδιοριστούν τρόποι ηλεκτρονικής πληρωμής. Επίσης, θα αναφερθούν τεχνολογίες που υποστηρίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τέλος, θα αναλυθεί ο τρόπος με τον οποίο προσδιορίζεται ο ανταγωνισμός στον διεθνή χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και θα παρουσιαστούν στρατηγικές που εξασφαλίζουν στην επιχείρηση αναγνωρισιμότητα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διατυπώνουν τις έννοιες του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου,
- Αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές λειτουργίας μιας ιστοσελίδας ηλεκτρονικού εμπορίου,
- Προσδιορίζουν τα εργαλεία του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ,
- Αναλύουν τον ανταγωνισμό στη διεθνή αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου,
- Αναλύουν παράγοντες επιτυχίας στο ηλεκτρονικό επιχειρείν,

- Αναλύουν τις αρχές παραγωγής ηλεκτρονικού περιεχομένου,
- Διαχειρίζονται τη λειτουργία της ιστοσελίδας,
- Εξοικειώνονται με τεχνικές βελτιστοποίησης της ιστοσελίδας,
- Χειρίζονται ηλεκτρονικές πληρωμές,
- Υιοθετούν στρατηγικές καινοτομίας,
- Υποστηρίζουν την παρουσία της επιχείρησης σε ψηφιακό περιβάλλον.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ηλεκτρονικό εμπόριο / Διεθνής αγορά / Ηλεκτρονική επιχείρηση / Προσέγγιση κοινού / Ανταγωνισμός / Παραγωγή περιεχομένου / Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ / Ηλεκτρονικές πληρωμές / Υποστηρικτικές τεχνολογίες / Εμπειρία χρήστη (User Experience) / SEO (Βελτιστοποίηση για Μηχανές Αναζήτησης).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
2	Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
3	ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
4	ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΚΑΙ Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
5	ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
6	Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Δ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) αποτελεί έναν σύγχρονο τρόπο πραγματοποίησης εμπορικών συναλλαγών, ο οποίος βασίζεται στην αξιοποίηση του Διαδικτύου. Στην πρώτη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις θεμελιώδεις έννοιες του ηλεκτρονικού εμπορίου, με εστίαση στη διαφοροποίησή του από το παραδοσιακό εμπόριο. Αναλύονται τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού περιβάλλοντος, όπως η αμεσότητα, η διαθεσιμότητα και η ευκολία πρόσβασης στις διαδικτυακές αγορές. Παράλληλα, παρουσιάζονται και εξετάζονται οι κύριες κατηγορίες του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με την ιδιότητα των συναλλασσόμενων: B2B (Business-to-Business), όπου οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μεταξύ επιχειρήσεων, B2C (Business-to-Consumer), που αφορά την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών από επιχειρήσεις προς καταναλωτές, και C2C (Consumer-to-

Consumer), το οποίο επιτρέπει συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών μέσω πλατφορμών πώλησης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας δίνεται έμφαση στον τρόπο λειτουργίας μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης. Αναλύονται τα βήματα που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, όπως η κατασκευή ιστοσελίδας, η διαχείριση αποθεμάτων και η εξυπηρέτηση των πελατών/-ισών. Παράλληλα, εξετάζονται η σημασία της προσέγγισης των διεθνών αγορών και ο αυξανόμενος ανταγωνισμός που χαρακτηρίζει το ψηφιακό περιβάλλον. Μέσα από αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσω εμπλουτισμένης εισήγησης, αποκτούν μια ολοκληρωμένη κατανόηση των παραμέτρων που επηρεάζουν την επιτυχία μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης, όπως η στρατηγική, η τεχνολογία και η προσαρμοστικότητα στις διεθνείς απαιτήσεις.

2.3.Δ.2 | Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στη στρατηγική σημασία του περιεχομένου ως παράγοντα επιτυχίας μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης. Εξετάζεται πώς το περιεχόμενο που παρουσιάζεται σε μια ιστοσελίδα επηρεάζει άμεσα την εμπειρία του/της χρήστη/-τριας, ενισχύει την αλληλεπίδραση και διαμορφώνει την τελική απόφαση αγοράς. Το περιεχόμενο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν την αξία που αντιλαμβάνονται οι χρήστες/-τριες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο από την πλευρά των καταναλωτών/-τριών όσο και των μηχανών αναζήτησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν τις βασικές στρατηγικές δημιουργίας περιεχομένου που μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της επισκεψιμότητας και της αφοσίωσης των χρηστών/-τριών. Ανάμεσα σε αυτές τις στρατηγικές, δίνεται έμφαση στη δημιουργία αυθεντικού και στοχευμένου περιεχομένου που εξυπηρετεί τις ανάγκες του κοινού-στόχου. Αναλύονται η σημασία της χρήσης κατάλληλων λέξεων-κλειδιών, η σωστή δομή των κειμένων και ο ρόλος των πολυμέσων, όπως εικόνες, βίντεο, γραφήματα και διαδραστικά στοιχεία, στον εμπλουτισμό της εμπειρίας πλοήγησης. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται τη σημασία της συνέπειας και της τακτικής ανανέωσης του περιεχομένου, ώστε να διατηρείται το ενδιαφέρον των χρηστών και να ενισχύεται η θέση της επιχείρησης στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Αναλύονται πρακτικές τεχνικές για την παραγωγή περιεχομένου που αντικατοπτρίζει την ταυτότητα της επιχείρησης και επικοινωνεί αποτελεσματικά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της στο κοινό. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι το περιεχόμενο αποτελεί εργαλείο ενίσχυσης της αξιοπιστίας και της εμπιστοσύνης. Η σωστή παρουσίαση πληροφοριών και η προσφορά χρήσιμου, σχετικού και ελκυστικού περιεχομένου συμβάλλουν στη δημιουργία θετικής εικόνας για την επιχείρηση, αυξάνοντας την αναγνωρισιμότητά της και ενισχύοντας την αφοσίωση των πελατών/-ισών.

2.3.Δ.3 | ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στις στρατηγικές ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, οι οποίες αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών στο ψηφιακό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται σε βασικές μεθόδους μάρκετινγκ, ξεκινώντας από το Search Engine Optimization (SEO), που αφορά τη βελτιστοποίηση μιας ιστοσελίδας για υψηλότερη κατάταξη στα αποτελέσματα αναζήτησης, έως το Email Marketing, που αξιοποιεί εξατομικευμένα μηνύματα για την άμεση επικοινωνία με τους/τις καταναλωτές/-τριες. Παράλληλα, εξετάζονται τεχνικές όπως το Social Media Marketing, το οποίο εστιάζεται στη δημιουργία διαφημιστικών καμπανιών στα κοινωνικά δίκτυα, και το Affiliate Marketing, στο οποίο συνεργάτες προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες με αντάλλαγμα τη σχετική προμήθεια. Το Influencer Marketing αναλύεται επίσης ως μια αποτελεσματική προσέγγιση αξιοποίησης προσωπικοτήτων με επιρροή για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της επιχείρησης. Ένα σημαντικό μέρος της υποενότητας αφιερώνεται στη χρήση δεδομένων και αναλυτικών εργαλείων για τη δημιουργία στοχευμένων καμπανιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς να εντοπίζουν τις ανάγκες διαφορετικών τμημάτων του καταναλωτικού κοινού και να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους, ώστε να επιτυγχάνουν τη μετατροπή των επισκεπτών/-τριών σε πελάτες/-ισσες σε υψηλότερο ποσοστό.

Επιπλέον, δίνεται έμφαση στη σημασία της καινοτομίας στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ. Αναλύεται πώς η αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων και νέων ιδεών μπορεί να προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, να αυξήσει την ορατότητα της επιχείρησης και να βελτιώσει τη θέση της στην αγορά. Μέσα από πρακτικά παραδείγματα και εφαρμογές, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ, προσαρμοσμένων στις σύγχρονες απαιτήσεις του ψηφιακού κόσμου.

2.3.Δ.4 | ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΚΑΙ Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στους διαφορετικούς τρόπους ηλεκτρονικών πληρωμών, οι οποίοι αποτελούν κρίσιμο στοιχείο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αναλύονται οι πιο δημοφιλείς μέθοδοι, όπως οι πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, οι οποίες παραμένουν η κύρια επιλογή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, και τα συστήματα πληρωμών μέσω παρόχων, που προσφέρουν ταχύτητα και ευκολία. Επιπλέον, εξετάζεται η αυξανόμενη χρήση κρυπτονομισμάτων και υπηρεσιών πληρωμών μέσω κινητών τηλεφώνων (mobile payments), τα οποία ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις ευελιξίας και ασφάλειας. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στη σημασία της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών, καθώς και στους κινδύνους που αυτές ενέχουν, όπως η απάτη, η υποκλοπή δεδομένων και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τις σύγχρονες τεχνολογίες και τα πρωτόκολλα που εξασφαλίζουν την προστασία των συναλλαγών. Παράλληλα,

μαθαίνουν πώς να διασφαλίζουν ότι οι ευαίσθητες πληροφορίες των πελατών/-ισμών τους, όπως οι αριθμοί καρτών, αποθηκεύονται και διαχειρίζονται με ασφάλεια. Στο τέλος της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν αποκτήσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες για να ενσωματώνουν αξιόπιστους και ασφαλείς τρόπους πληρωμής στις ιστοσελίδες τους. Μέσα από πρακτικές κατευθυντήριες γραμμές, κατανοούν πώς να προσφέρουν επιλογές πληρωμής που καλύπτουν τις ανάγκες του/της σύγχρονου/-ης καταναλωτή/-τριας, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των πελατών/-ισμών τους, εξασφαλίζοντας την επιτυχία της επιχείρησής τους.

2.3.Δ.5 | ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στις τεχνολογίες που στηρίζουν και διευκολύνουν την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, αποτελώντας τη βάση για την αποτελεσματική λειτουργία και ανάπτυξη των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τις πλατφόρμες ηλεκτρονικών καταστημάτων που παρέχουν εργαλεία για τη δημιουργία και τη διαχείριση διαδικτυακών καταστημάτων. Παράλληλα, εξετάζονται οι βάσεις δεδομένων που διασφαλίζουν την αποθήκευση και τη διαχείριση κρίσιμων πληροφοριών, όπως οι κατάλογοι προϊόντων και τα δεδομένα πελατών. Έμφαση δίνεται στα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management Systems, CMS), τα οποία διευκολύνουν τη δημιουργία και τη συντήρηση ιστοσελίδων. Επιπλέον, οι τεχνολογίες νέφους (cloud computing) αναλύονται ως μέσο ευέλικτης και οικονομικής διαχείρισης των υποδομών των ηλεκτρονικών καταστημάτων, με δυνατότητες όπως η αποθήκευση δεδομένων, η φιλοξενία ιστοσελίδων και η επεκτασιμότητα της αρχικής ιδέας ή της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα εργαλεία ανάλυσης δεδομένων (analytics) που χρησιμοποιούνται για την παρακολούθηση της απόδοσης, τη μελέτη της συμπεριφοράς των χρηστών και τη βελτιστοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών. Αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο η τεχνολογία συμβάλλει στην αυτοματοποίηση διαδικασιών, όπως η διαχείριση αποθεμάτων, η παρακολούθηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και η παροχή υποστήριξης πελατών. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στις τεχνολογίες που ενισχύουν την εμπειρία χρήστη (User Experience, UX) και την εξατομίκευση, με σκοπό τη δημιουργία δυναμικών εμπειριών που προσαρμόζονται στις ανάγκες κάθε πελάτη/-ισσας. Με τη χρήση εργαλείων όπως chatbots, συστάσεις προϊόντων και διαδραστικά χαρακτηριστικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς η τεχνολογία μπορεί να αυξήσει την ικανοποίηση των πελατών και να ενισχύσει τη συνολική απόδοση της επιχείρησης.

2.3.Δ.6 | Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Στην τελευταία μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πώς διαμορφώνεται ο ανταγωνισμός στον διεθνή χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και απο-

κτούν γνώσεις για τις στρατηγικές που μπορούν να συμβάλουν στην εξασφάλιση της αναγνωρισιμότητας μιας επιχείρησης. Αρχικά, αναλύεται η έννοια του ανταγωνισμού στο ψηφιακό περιβάλλον, με έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του διεθνούς ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η ευρεία προσβασιμότητα, η διαρκής παρουσία στις αγορές και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης διαφορετικών πολιτισμικών και νομικών πλαισίων. Εξετάζονται οι παράγοντες που καθορίζουν την επιτυχία, όπως η καινοτομία, η προσαρμογή στις τάσεις της αγοράς και η αξιοποίηση της τεχνολογίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στις στρατηγικές διαφοροποίησης, που περιλαμβάνουν τη δημιουργία μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών, την παροχή της καλύτερης δυνατής εξυπηρέτησης των πελατών/-ισών και τη συνεχή βελτίωση των προσφορών της επιχείρησης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σημασία της εστίασης στον/στην πελάτη/-ισσα, μέσω της κατανόησης των αναγκών του/της και της εξατομίκευσης της εμπειρίας του/της. Παράλληλα, αναλύονται στρατηγικές ενίσχυσης της αναγνωρισιμότητας, όπως η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων για την προώθηση και την αλληλεπίδραση, η ανάπτυξη ισχυρής μάρκας (branding) και η καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης με τους/τις πελάτες/-ισσες. Επιπλέον, εξετάζεται η σημασία της αξιολόγησης της ανταγωνιστικής θέσης μιας επιχείρησης μέσω της ανάλυσης δεδομένων και της στρατηγικής προσαρμογής στις προκλήσεις της αγοράς. Στο τέλος της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν αποκτήσει τα εργαλεία και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να διαχειριστούν αποτελεσματικά την παρουσία μιας επιχείρησης στον διεθνή ψηφιακό ανταγωνισμό. Οι γνώσεις αυτές θα τους επιτρέψουν να βελτιώσουν τη θέση της επιχείρησης στην οποία θα κάνουν την πρακτική τους άσκηση ή θα εργαστούν μελλοντικά.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Βλαχοπούλου, Μ. (2019). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη*. Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.
2. Hanlon, A. (2022). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: Σχεδιασμός, στρατηγικές και πρακτικές*. Λευκωσία: Εκδόσεις Broken Hill Publishers.

Συμπληρωματικές

1. Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2022). *Ηλεκτρονικό εμπόριο: Επιχειρήσεις, τεχνολογία, κοινωνία* (16η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
2. Σιώμκος, Γ. & Τσιάμης, Ι. (2019). *Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ* (2η έκδοση). Λευκωσία: Εκδόσεις Broken Hill Publishers.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες στη σημασία της υλοποίησης μιας επιτυχημένης συνάντησης για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης σε διεθνές περιβάλλον και στον τρόπο με τον οποίο αυτό μπορεί να επιτευχθεί. Συγκεκριμένα, θα αναλυθεί χωριστά ο τρόπος υλοποίησης διαδικτυακών, διά ζώσης και υβριδικών συναντήσεων. Θα αναλυθούν οι επιλογές για τον τρόπο και τον χρόνο πρόσκλησης των συμμετεχόντων/-ουσών και οι τρόποι επιβεβαίωσης των συμμετοχών. Θα παρουσιαστούν ηλεκτρονικά εργαλεία τηλεδιάσκεψων και οι τρόποι χρήσης τους. Θα αναλυθεί η σημασία των διαφορών ώρας και η αναγκαιότητα της αναγνώρισης των διαφορετικών ημερομηνιών αργιών για συμμετέχοντες/-ουσες από διαφορετικές χώρες. Θα παρουσιαστεί το απαραίτητο υλικό που θα πρέπει να είναι διαθέσιμο πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την πραγματοποίηση των συναντήσεων, καθώς και το βοηθητικό προσωπικό που θα πρέπει να είναι διαθέσιμο. Επίσης, θα παρουσιαστούν επιλογές απαραίτητου υλικοτεχνικού εξοπλισμού και θα αναλυθούν τρόποι εξασφάλισης ότι οι συμμετέχοντες/-ουσες θα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτόν. Τέλος, θα παρουσιαστούν εναλλακτικοί τρόποι φιλοξενίας και παροχής φαγητού, καθώς και συνηθισμένα λάθη που πρέπει να αποφεύγονται και τομείς στους οποίους απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή (διατροφικές συνήθειες, κοινωνικοί, θρησκευτικοί και πολιτισμικοί περιορισμοί κ.λπ.).

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Επιλέγουν τον κατάλληλο τρόπο υλοποίησης διεθνών συναντήσεων,
- Αναγνωρίζουν τις ανάγκες υλικοτεχνικού εξοπλισμού για την υλοποίηση διεθνών συναντήσεων,
- Προβλέπουν τα σημαντικότερα λάθη που ενδέχεται να γίνουν κατά την υλοποίηση διεθνών συναντήσεων,
- Χρησιμοποιούν τον κατάλληλο υλικοτεχνικό εξοπλισμό για την προετοιμασία διεθνών συναντήσεων,
- Αναπτύσσουν το πλαίσιο υλοποίησης διεθνών συναντήσεων,
- Εκτιμούν τοπικές παραμέτρους που μπορεί να επηρεάσουν διεθνείς συναντήσεις,
- Ελέγχουν την υλικοτεχνική υποδομή για την υλοποίηση διεθνών συναντήσεων,
- Επαληθεύουν ότι έχουν αποσταλεί οι απαραίτητες προσκλήσεις,
- Συντάσσουν τα απαραίτητα έντυπα (αναφορές κ.λπ.) που αφορούν τις συναντήσεις,
- Υποστηρίζουν κάθε φιλοξενούμενο/-η που μπορεί να χρειάζεται ειδική υποστήριξη στη διεθνή συνάντηση,
- Υιοθετούν στάσεις μη διάκρισης απέναντι στους/στις συμμετέχοντες/-ουσες.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διεθνείς συναντήσεις / Διοργανωτές/-τριες εκδηλώσεων / Σχεδιασμός εκδήλωσης / Στόχοι SMART / Τα πέντε «Ε» / Τηλεδιάσκεψη / Διαδικτυακές τηλεδιασκέψεις / Διά ζώσης συναντήσεις / Υβριδικές συναντήσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (2), Σύνολο (3).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ
2	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΜΙΑΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ
3	ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ
4	ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ
5	ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ
6	ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ
7	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Κείμενο αναφοράς

2.3.E.1 | ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ

Στόχος της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να διερευνήσει την προέλευση του κλάδου διοργάνωσης διεθνών συναντήσεων και εκδηλώσεων και τον σημερινό τρόπο λειτουργίας του στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Ορίζεται η έννοια της εκδήλωσης και αναλύεται ο τρόπος ταξινόμησης και κατηγοριοποίησης των διεθνών συναντήσεων και εκδηλώσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται τη σημασία της υλοποίησης μιας επιτυχημένης συνάντησης για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης σε διεθνές περιβάλλον και τον τρόπο με τον οποίο αυτό μπορεί να επιτευχθεί και, παράλληλα, περιγράφουν το μέγεθος του κλάδου διοργάνωσης των διεθνών συναντήσεων. Αναλύονται η δομή του κλάδου διοργάνωσης εκδηλώσεων και η ομαδοποίηση σε πελάτες εκδηλώσεων, διοργανωτές/-τριες εκδηλώσεων και προμηθευτές/-τριες εκδηλώσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες απαριθμούν τους τύπους προμηθευτών/-τριών και υπηρεσιών υποστήριξης συναντήσεων και αναγνωρίζουν ότι υπάρχει πληθώρα ατόμων και εταιρειών που παρέχουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που απαιτούνται για να πραγματοποιηθεί μια εκδήλωση. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η σημασία της υιοθέτησης μιας συστηματικής προσέγγισης στον σχεδιασμό διεθνών συναντήσεων, αφού ο σχεδιασμός μιας συνάντησης δεν είναι εύκολη υπόθεση. Αναλύονται οι τέσσερις φάσεις της διαδικασίας σχεδιασμού διεθνών συναντήσεων,

προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη διαδικασία σχεδιασμού εκδηλώσεων, ώστε να είναι σε θέση να οργανώνουν διαδικτυακές, διά ζώσης και υβριδικές συναντήσεις. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν επιτυχημένες και αποτυχημένες διεθνείς συναντήσεις και τις παρουσιάζουν στην ολομέλεια της τάξης.

2.3.E.2 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΜΙΑΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες την πρώτη φάση του σχεδιασμού μιας διεθνούς συνάντησης, που ξεκινά με τη διεξαγωγή έρευνας, την ανάπτυξη ιδεών και τη διαλογή τους. Διατυπώνεται η ανάγκη καταγραφής των στόχων και των σκοπών της διεθνούς συνάντησης, καθώς και συλλογής στοιχείων από τον/την υπεύθυνο/-η συναντήσεων για την αποσαφήνιση της ιδέας της συνάντησης. Αναλύονται η προσέγγιση των πέντε «Ε» για τον καθορισμό των στόχων της συνάντησης, καθώς και η αναγκαιότητα θέσπισης συγκεκριμένων (Specific), μετρήσιμων (Measurable), επιτεύξιμων (Achievable), σχετικών (Relevant) και χρονικά προσδιορισμένων (Time-bound) στόχων. Διατυπώνεται το μοντέλο των πέντε “W”, που αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο διαμόρφωσης ιδέας για μια συνάντηση. Περαιτέρω, παρουσιάζεται και μια σειρά άλλων παραγόντων (χρόνος, μάρκετινγκ, υγεία και ασφάλεια) που πρέπει να λάβουν υπόψη τους οι εκπαιδευόμενοι/-ες, προκειμένου να εξεταστούν οι ιδέες μιας συνάντησης και να προσδιοριστεί η σκοπιμότητά τους. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις διαδικτυακές και εικονικές εκδηλώσεις, που θα πρέπει να αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση των συμμετεχόντων/-ουσών. Ενδεικτική εκπαιδευτική πρακτική για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε ομάδες εργασίας, παρουσιάζουν τις διαφορές ανάμεσα στις διά ζώσης, τις εικονικές και τις υβριδικές εκδηλώσεις.

2.3.E.3 | ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασχολούνται με τη σημασία της επιλογής του κατάλληλου χώρου για μια επιτυχημένη διεθνή συνάντηση. Αρχικά, παρουσιάζονται οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή του προορισμού και, συγκεκριμένα, τα ζητήματα ασφάλειας και προστασίας, η πρόσβαση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς και η εικόνα της τοποθεσίας σε σχέση με την έδρα της εταιρείας διεθνούς εμπορίου και τη διεθνή συνάντηση. Περιγράφεται η διαδικασία επιλογής χώρου και αναλύονται θέματα που ενδέχεται να προκύψουν σε αυτό το στάδιο της διαδικασίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τον σημα-

ντικό αντίκτυπο της διάταξης ενός χώρου στην ατμόσφαιρα και στην εμπειρία της συνάντησης, καθώς και την αναγκαιότητα της επιθεώρησης για την καταλληλότητα του χώρου. Έπειτα, αναλύονται η αναγκαιότητα διασφάλισης όλων των διαθέσιμων πόρων για την έναρξη μιας συνάντησης και η επιτόπια διαχείριση και οργάνωση της εκδήλωσης, η οποία περιλαμβάνει τη διαχείριση του πλήθους, τη μεταφορά και την επικοινωνία. Επίσης, απαριθμούνται όλες οι ενέργειες που πρέπει να πραγματοποιηθούν μετά το τέλος της συνάντησης. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η αναγκαιότητα σύνταξης ενός σχεδίου για την αντιμετώπιση σοβαρών και έκτακτων περιστατικών, αφού γίνεται αντιληπτό ότι υπάρχει πάντα η πιθανότητα να πάει κάτι στραβά σε μια διεθνή συνάντηση. Προτείνεται να συντάξουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χωρισμένοι/-ες σε δύο (2) ομάδες εργασίας, ένα σχέδιο για την αντιμετώπιση ενός έκτακτου περιστατικού επιλογής τους και να το παρουσιάσουν στην ολομέλεια της τάξης.

2.3.E.4 | ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Σκοπός της μαθησιακής υποεπότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τον τρόπο με τον οποίο η λειτουργία της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού συμβάλλει στην επιτυχημένη διεξαγωγή μιας διεθνούς συνάντησης. Αναφέρονται τα προσόντα που απαιτείται να διαθέτει ο/η υπεύθυνος/-η διεθνών συναντήσεων και εκδηλώσεων, ενώ παρουσιάζονται τα καθήκοντα και οι αρμοδιότητές του/της. Ορίζονται οι προϋποθέσεις για τη σωστή οργάνωση και στελέχωση της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου και αναλύεται η αναγκαιότητα πρόβλεψης των μελλοντικών αναγκών της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό. Παράλληλα, προσδιορίζονται ο αριθμός των κενών θέσεων και ο τύπος των εργαζομένων και των συνεργατών/-τριών που χρειάζεται η επιχείρηση διεθνούς εμπορίου για την επίτευξη του στόχου της οργάνωσης διεθνών συναντήσεων. Παρουσιάζεται ο σημαντικός ρόλος της ανάλυσης των θέσεων εργασίας, που αποτελεί τη βάση για όλες τις λειτουργίες της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού. Αναλύονται οι μέθοδοι, οι τεχνικές και τα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από την επιχείρηση διεθνούς εμπορίου για την προσέλκυση ταλαντούχων εργαζομένων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα εργαλεία επιλογής προσωπικού (συνέντευξη, δείγματα έργου, τεστ γνώσεων κ.ά.). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες επεξηγούν τη συνεργατική εργασία και την ανάπτυξη στρατηγικών εταιρικών σχέσεων και ορίζουν την έννοια της επικοινωνίας εντός της επιχείρησης. Αντιλαμβάνονται και εξηγούν την ανάγκη συνεργασίας και αποδοχής της διαφορετικότητας στη δημιουργία και διεξαγωγή διεθνών συναντήσεων, δεδομένου ότι η βασική ομάδα μιας εκδήλωσης συνδυάζει προμηθευτές/-τριες, ελεύθερους/-ες επαγγελματίες, διερμηνείς, μεταφραστές/-τριες και εθελοντές/-τριες, που πρέπει να συνεργαστούν αποτελεσματικά από την αρχή της διαδικασίας. Κατάλληλη εκπαιδευτική τεχνική είναι το παιχνίδι ρόλων, κατά το οποίο οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε μια διαδικασία συνέντευξης για την κάλυψη της θέσης του/της υπευθύνου/-ης εκδηλώσεων στην επιχείρηση διεθνούς εμπορίου.

2.3.E.5 | ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα διαθέσιμα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, καθώς και με τα σύγχρονα μέσα που μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να προσεγγίσουν τις ομάδες κοινού. Αναλύονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της εφημερίδας, του περιοδικού, του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης, του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, παρουσιάζονται αναλυτικά διάφορα είδη εκδηλώσεων και διεθνών συναντήσεων και, ειδικότερα, οι εκθέσεις, οι επιδείξεις, τα σεμινάρια και τα συνέδρια, για την οργάνωση των οποίων απαιτούνται διάφορες εργασίες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σύνταξη του δελτίου Τύπου που ο/η υπεύθυνος/-η της διεθνούς συνάντησης-εκδήλωσης δίνει στα μέσα μαζικής επικοινωνίας πριν από την έναρξη της συνάντησης, για να ανακοινώσει τον τόπο, τον χρόνο και τις εργασίες της διεθνούς συνάντησης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται την αναγκαιότητα σύνταξης ενός δελτίου Τύπου αμέσως μετά τη λήξη μιας διεθνούς συνάντησης, προκειμένου να αποτυπωθούν τα αποτελέσματα της συνάντησης. Επιπλέον, αναλύονται οι επιλογές για τον τρόπο και τον χρόνο πρόσκλησης των συμμετεχόντων/-ουσών και οι τρόποι επιβεβαίωσης των συμμετοχών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν προσκλήσεις και τα απαραίτητα έντυπα (αναφορές κ.λπ.) που αφορούν τις συναντήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται, μέσω μελετών περίπτωσης, να εντοπίσουν επιτυχημένες και αποτυχημένες περιπτώσεις χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην οργάνωση διεθνών συναντήσεων. Επιπλέον, ενδείκνυται να συντάξουν δελτία Τύπου και προσκλήσεις για την οργάνωση διεθνών συναντήσεων και να τα παρουσιάσουν στην ολομέλεια της τάξης.

2.3.E.6 | ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ

Σκοπός της μαθησιακής υποενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να έρθουν σε επαφή με τον πιο διαδεδομένο τύπο διαδικτυακών συναντήσεων, την τηλεδιάσκεψη. Παρουσιάζεται η τηλεδιάσκεψη, η οποία είναι μια διαδραστική μορφή επικοινωνίας μεταξύ χρηστών/-τριών, προκειμένου να αντιληφθούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες ότι αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο εσωτερικών ή/και επαγγελματικών συναντήσεων στον χώρο των επιχειρήσεων. Το βασικό χαρακτηριστικό της τηλεδιάσκεψης είναι η ταυτόχρονη συνάντηση των συμμετεχόντων/-ουσών «πρόσωπο με πρόσωπο» σε ένα εικονικό δωμάτιο συσκέψεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι ένα από τα πιο σημαντικά οφέλη της τηλεδιάσκεψης είναι ότι μπορεί να προσφέρει εμπειρία αντίστοιχη με εκείνη των διά ζώσης συναντήσεων, ενώ οι συμμετέχοντες/-ουσες βρίσκονται στους χώρους τους. Αυτό δίνει στους/στις εργαζόμενους/-ες και στα στελέχη της εταιρείας διεθνούς εμπορίου την απαραίτητη ευελιξία και αμεσότητα, ώστε να μπορούν να επικοινωνούν με συναδέλφους/-ισσες, πελάτες/-ισσες ή προμηθευτές/-τριες, όποτε είναι απαραίτητο, χωρίς να περιορίζονται από τις αποστάσεις. Παρουσιάζονται τα ηλεκτρονικά εργαλεία τηλεδιάσκεψης, οι τρόποι χρήσης τους

και οι ανάγκες σε υλικοτεχνικό εξοπλισμό για την υλοποίηση διεθνών συναντήσεων. Αναλύονται οι επιλογές για τον τρόπο και τον χρόνο πρόσκλησης των συμμετεχόντων/-ουσών, καθώς και οι τρόποι επιβεβαίωσης των συμμετοχών τους. Στο πλαίσιο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας αναγνωρίζονται η σημασία των διαφορών ώρας και η αναγκαιότητα της αναγνώρισης των διαφορετικών ημερομηνιών αργιών για συμμετέχοντες/-ουσες από διαφορετικές χώρες. Κατάλληλη εκπαιδευτική τεχνική είναι η οργάνωση μιας τηλεδιάσκεψης, κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν και πραγματοποιούν τηλεδιασκέψεις μέσω Webex, Zoom, Microsoft Teams, e-presence κ.ά.

2.3.E.7 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ (ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Η μαθησιακή υποενότητα «Οργάνωση διεθνών συναντήσεων» διεξάγεται με τη μορφή εργαστηρίου, με σκοπό την εξοικείωση των εκπαιδευομένων και την εφαρμογή στην πράξη των γνώσεων που απέκτησαν από το θεωρητικό τμήμα της παρούσας μαθησιακής ενότητας, καθώς και την ανάπτυξη των ικανοτήτων και δεξιοτήτων τους. Στο πλαίσιο του εργαστηρίου χρησιμοποιούνται τεχνικές όπως οι ατομικές και ομαδικές ασκήσεις, οι μελέτες περίπτωσης, τα παιχνίδια ρόλων, οι προσομοιώσεις, ο καταγισμός ιδεών και οι εργασίες, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναγνωρίσουν τη σημασία του ομαδικού πνεύματος και της συλλογικής εργασίας για την επίτευξη των στόχων μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν συναντήσεις, κατά τις οποίες εξετάζονται πραγματικά ζητήματα από το διεθνές επαγγελματικό περιβάλλον, και παρουσιάζουν τα συμπεράσματά τους με τη χρήση του PowerPoint στην ολομέλεια της τάξης. Ενδεικτικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να εκτελέσουν τις ακόλουθες δραστηριότητες: α) να ετοιμάσουν μια διάζωση συνάντηση με πελάτες/-ισσες της διεθνούς επιχείρησης για την αγορά πρώτων υλών, β) να οργανώσουν και να πραγματοποιήσουν μια τηλεδιάσκεψη με προμηθευτές/-τριες της διεθνούς επιχείρησης για την προμήθεια εμπορευμάτων, γ) να οργανώσουν μια υβριδική συνάντηση με εκπαιδευομένους/-ες με διάζωση παρουσία και άλλους/-ες μέσω τηλεδιάσκεψης, δ) να συντάξουν δελτία Τύπου, προσκλήσεις και αναφορές κ.λπ. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες παρουσιάζουν εναλλακτικούς τρόπους φιλοξενίας και παροχής εστίασης, διατυπώνουν συνηθισμένα λάθη που πρέπει να αποφεύγουν, εστιαζόμενοι/-ες σε τομείς στους οποίους απαιτείται να δείξουν ιδιαίτερη προσοχή (διατροφικές συνήθειες, κοινωνικοί, θρησκευτικοί και πολιτισμικοί περιορισμοί κ.λπ.). Τέλος, παρουσιάζουν τρόπους παροχής ειδικής υποστήριξης σε συμμετέχοντες/-ουσες που τη χρειάζονται, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία, προκειμένου να επιτευχθεί μια επιτυχημένη διεθνής συνάντηση.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αρναούτογλου, Ε. (2015). *Δημόσιες σχέσεις: Μια σύγχρονη προσέγγιση*. Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.
2. Dowson, R., Albert, B. & Lomax, D. (2023). *Μάρκετινγκ εκδηλώσεων: Προγραμματισμός & εφαρμογή* (3η έκδοση). Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.

Συμπληρωματικές

1. Βασιλειάδης, Χ. (2014). *Διαχείριση μάρκετινγκ γεγονότων & εκδηλώσεων: Event marketing management*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
2. Morris, T. & Goldsworthy, S. (2017). *Σύγχρονες δημόσιες σχέσεις* (μτφρ. Π. Αρκουδέας). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

2.3.ΣΤ • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να έρθουν σε επαφή οι εκπαιδευόμενοι/-ες με το ειδικό λεξιλόγιο της αγγλικής γλώσσας που χρησιμοποιείται στο διεθνές εμπόριο. Στόχος είναι η κατανόηση ειδικών λέξεων και φράσεων σε κείμενα αλληλογραφίας και σε κείμενα της διεθνούς ειδησεογραφίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν την ορολογία της αγγλικής γλώσσας που αφορά το διεθνές εμπόριο,
- Ερμηνεύουν κείμενα αλληλογραφίας διατυπωμένα στην αγγλική γλώσσα που αφορούν το εμπόριο,
- Αποδελτιώνουν άρθρα από τη διεθνή ειδησεογραφία που αφορούν επιχειρηματικά θέματα κρίσιμα για την επιχείρηση,
- Συντάσσουν έγγραφα που αφορούν διαδικασίες του διεθνούς εμπορίου στην αγγλική γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν ορθά τη γραμματική και τη σύνταξη κατά την επικοινωνία στην αγγλική γλώσσα,
- Χειρίζονται βασικό και εκτεταμένο λεξιλόγιο της αγγλικής γλώσσας,
- Συζητούν για ευρύ φάσμα εμπορικών θεμάτων στην αγγλική γλώσσα,
- Υιοθετούν τις ειδικές επικοινωνιακές συμβάσεις που διέπουν τη χρήση της αγγλικής γλώσσας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Business correspondence / Business meeting / Business negotiation / Discourse competence / Documents and reports / Email communication / Global communication network / International business / Persuasive argumentation / Workshops.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (CHARACTERISTICS OF INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION)
2	ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (WRITTEN AND ORAL BUSINESS COMMUNICATION IN AN INTERNATIONAL CONTEXT)
3	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ELECTRONIC COMMUNICATION AND SOCIAL MEDIA IN ENGLISH BUSINESS COMMUNICATION)
4	ΠΕΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ (PERSUASIVE ARGUMENTATION IN ENGLISH BUSINESS CORRESPONDENCE)
5	ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (OFFICIAL REPORTS IN ENGLISH)
6	ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ (INTERNATIONAL BUSINESS MEETINGS AND NEGOTIATIONS)

Κείμενο αναφοράς

2.3.ΣΤ.1 | ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (CHARACTERISTICS OF INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION)

Στη συγκεκριμένη υποενότητα γίνεται μια εισαγωγή στα γενικά χαρακτηριστικά της αγγλικής γλώσσας στον διεθνή επιχειρηματικό χώρο και στην ανάπτυξη και τη σημασία της παγκοσμίας, καθώς και σε άλλα χαρακτηριστικά, όπως η χρήση της ενεργητικής φωνής, η αποφυγή ονομαστικοποίησης, η συντομία και η απλότητα, που είναι σημαντικά για την αποτελεσματική επικοινωνία στον επιχειρηματικό κόσμο. Εισάγεται η έννοια της επικοινωνιακής ικανότητας (communicative competence), η οποία περιλαμβάνει διάφορα στοιχεία που καθιστούν την επικοινωνία μεταξύ επιχειρηματιών/-τριών αποτελεσματική. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν τις έννοιες της επικοινωνιακής ικανότητας, της γραμματικής ικανότητας, της κοινωνιογλωσσολογικής ικανότητας, της κειμενικής ικανότητας (discourse competence) και της στρατηγικής ικανότητας (strategic competence). Επίσης, βελτιώνουν τις επικοινωνιακές δεξιότητες για την αντιμετώπιση επιχειρηματικών θεμάτων και δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των παρουσιάσεων, της συμμετοχής σε συναντήσεις και της τηλεφωνικής επικοινωνίας. Μια ακόμη δεξιότητα που είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στον κόσμο των

επιχειρήσεων είναι η κοινωνικοποίηση (χαιρετισμοί και συστάσεις, επικοινωνία με πελάτες/-ισσες, επαγγελματικές συναντήσεις, συνομιλίες και ψυχαγωγία πελατών/-ισσών). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν την ικανότητα να επικοινωνούν αποτελεσματικά στον χώρο των επιχειρήσεων για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας και τη λήψη αποφάσεων. Για αυτόν τον σκοπό, εφοδιάζονται με γλωσσική επάρκεια, κοινωνιογλωσσολογική ικανότητα, κειμενική ικανότητα και στρατηγική ικανότητα. Συγκεκριμένα, κατά την επικοινωνία επιλέγουν σύντομες λέξεις, χρησιμοποιούν οικείες και κοινές λέξεις, προτιμούν την ενεργητική φωνή και, όταν είναι δυνατόν, παραλείπουν λέξεις που δεν χρειάζονται. Για τον σκοπό αυτόν, προτείνεται η διεξαγωγή παιχνιδιών ρόλων (role play), ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναλάβουν διάφορους επικοινωνιακούς ρόλους (π.χ. ένας/μία εκπαιδευόμενος/-η θα αναλάβει τον ρόλο του/της επιχειρηματία και ένας/μία άλλος/-η τον ρόλο του/της πελάτη/-ισσας).

2.3.ΣΤ.2 | ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (WRITTEN AND ORAL BUSINESS COMMUNICATION IN AN INTERNATIONAL CONTEXT)

Η συγκεκριμένη υποενότητα αποσκοπεί στην παρουσίαση και κατανόηση των βασικών αρχών της γραπτής επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ως κύριο μέσο επικοινωνίας των επιχειρήσεων διεθνώς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στην επικοινωνία μεταξύ διεθνών οργανισμών και επιχειρήσεων μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας. Χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία για την άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων, τα wikis, την κοινωνική δικτύωση, το blogging, το micro-blogging και την τηλεδιάσκεψη. Με αυτόν τον τρόπο, είναι σε θέση να ανταλλάσσουν αποτελεσματικότερα πληροφορίες, να συντονίζουν ομάδες εργασίας και να προάγουν διεθνείς συνεργασίες. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλλιεργούν τη χρήση της προφορικής γλώσσας ως επαγγελματική δεξιότητα. Ως επαγγελματίες στον χώρο των διεθνών επιχειρήσεων, διεξάγουν τηλεδιασκέψεις με άλλους/-ες επιχειρηματίες, αναπτύσσουν δίκτυα επαγγελματικών επαφών και πραγματοποιούν προφορικές παρουσιάσεις και ανταποκρίνονται σε διάφορα επικοινωνιακά σενάρια με άλλους/-ες επιχειρηματίες ή πελάτες/-ισσες. Ασκούνται στην προφορική επικοινωνία, ώστε να αποκτήσουν ευχέρεια στη χρήση της αγγλικής γλώσσας, καθώς η ευχέρεια αυτή αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν ενδεικτικά ηλεκτρονικά μηνύματα, αναφορές και υπομνήματα, μελετούν πρακτικά διεθνών συναντήσεων και τηλεδιασκέψεων και διεξάγουν παρουσιάσεις στα αγγλικά για θέματα που άπτονται του διεθνούς εμπορίου. Επίσης, αντιλαμβάνονται τη σημασία της ορθής χρήσης της αγγλικής γλώσσας, ανάλογα με τη θέση και τον ρόλο των εμπλεκόμενων στον χώρο των επιχειρήσεων, τόσο στις εμπορικές συναλλαγές όσο και στην ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων με επιχειρηματίες και πελάτες/-ισσες διεθνώς.

2.3.ΣΤ.3 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ELECTRONIC COMMUNICATION AND SOCIAL MEDIA IN ENGLISH BUSINESS COMMUNICATION)

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπάρκεια αποτελεί μια εισαγωγή στην καθημερινή ανάγκη για επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου (internet), του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) και άλλων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης (social media networks). Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο έχει τα δικά του ιδιαίτερα δομικά στοιχεία (π.χ. ηλεκτρονικές διευθύνσεις, γραμμή θέματος, κυρίως κείμενο, κλείσιμο, συνημμένα αρχεία), ενώ η γλώσσα που χρησιμοποιείται σε αυτό έχει τα δικά της χαρακτηριστικά και μορφές τυπικότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ώστε να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις της διεθνούς επικοινωνίας στον χώρο των διεθνών επιχειρήσεων. Εξοικειώνονται με την αγγλική ορολογία που χρησιμοποιείται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για διαφορετικούς επικοινωνιακούς σκοπούς, όπως αυτοί παρουσιάζονται στη συνέχεια. Γνωρίζουν τους διαφορετικούς σκοπούς της επαγγελματικής αλληλογραφίας, ανάλογα με το είδος της επιχείρησης, και επικοινωνούν για σκοπούς όπως η ενημέρωση, η αναφορά και η υποβολή αιτημάτων. Ανεξάρτητα από τον σκοπό, η σαφής επικοινωνία με άλλους/-ες επιχειρηματίες και πελάτες/-ισσες διεθνώς αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα. Για να εξασφαλιστεί η αναγνωσιμότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν συγκεκριμένες αρχές και επιλέγουν την κατάλληλη διατύπωση στα αγγλικά για τη γραμμή θέματος. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ των εκπαιδευομένων για θέματα λειτουργίας επιχειρήσεων. Ο λόγος τους χαρακτηρίζεται από σαφήνεια, συντομία και περιεκτικότητα, ενώ οργανώνουν και ομαδοποιούν μια σειρά μηνυμάτων. Επιλέγουν τον κύριο παραλήπτη και τις κοινοποιήσεις. Προσδιορίζουν τον τόνο της τυπικότητας ενός μηνύματος, ανάλογα με το ευρύτερο πλαίσιο της επικοινωνίας, όπως, για παράδειγμα, η κατηγορία του προϊόντος ή η χώρα αποστολής. Τέλος, διαχειρίζονται τη διακειμενικότητα, δηλαδή τη συνάφειά του με άλλα παρόμοια μηνύματα που είχαν στείλει στο παρελθόν, και, ευρύτερα, τη συνοχή του μηνύματος.

2.3.ΣΤ.4 | ΠΕΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ (PERSUASIVE ARGUMENTATION IN ENGLISH BUSINESS CORRESPONDENCE)

Στην εν λόγω μαθησιακή υποεπάρκεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις διαθέσιμες τεχνικές πειθούς που μπορούν να εφαρμοστούν σε διάφορες πτυχές της ζωής του/της επαγγελματία στον χώρο της διεθνούς επιχειρηματικότητας. Παρέχεται μια επισκόπηση των βασικών στρατηγικών επικοινωνίας για την επιρροή, τη δέσμευση και την ενδυνάμωση των εκπαιδευομένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στις τεχνικές πειθούς που χρησιμοποιούνται από επαγγελματίες σε διάφορους τομείς της εργασίας και τονίζεται ο αντίκτυπός τους. Για να αναπτύξουν τη δεξιότητα της πειθούς, καλλιεργούν δεξιότητες εντοπισμού, ανάλυσης, αξιολόγησης και δημιουργίας διαφόρων στρατηγικών επικοινωνίας (communication strategies) σε διαφορετικές επικοι-

νωνιακές καταστάσεις. Διακρίνουν τις δύο κυριότερες κατηγορίες λέξεων: τις λέξεις περιεχομένου και τις γραμματικές λέξεις. Στις λέξεις περιεχομένου ανήκουν λέξεις με συγκεκριμένο λεξιλογικό νόημα, όπως τα ουσιαστικά, τα επίθετα και τα ρήματα. Οι γραμματικές λέξεις εκφράζουν λειτουργικές ή δομικές σχέσεις με άλλες λέξεις σε μια πρόταση. Σε αυτές ανήκουν, μεταξύ άλλων, οι προθέσεις, τα άρθρα και οι σύνδεσμοι, οι οποίοι υποδεικνύουν σχέσεις μεταξύ ιδεών ή γεγονότων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν επίγνωση του διαρκώς μεταβαλλόμενου επιχειρηματικού περιβάλλοντος του διεθνούς εμπορίου σε ένα παγκοσμιοποιημένο δίκτυο επικοινωνίας (global communication network). Τέλος, αποκτούν την ικανότητα καθορισμού κριτηρίων και αξιολόγησης της πειστικότητας στην επαγγελματική τους καθημερινότητα μέσα από την ανάλυση παραδειγμάτων επικοινωνίας στο πλαίσιο των επιχειρήσεων διεθνώς.

2.3.ΣΤ.5 | ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (OFFICIAL REPORTS AND LETTERS IN ENGLISH)

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις επιχειρηματικές αναφορές και επιστολές ως οργανωμένες και αντικειμενικές μορφές παρουσίασης των γεγονότων που απαιτούνται για τη λήψη αποφάσεων και την επίλυση προβλημάτων σε επιχειρήσεις σε ένα διεθνές πλαίσιο. Κατηγοριοποιούνται τα έγγραφα που περιέχουν πληροφορίες και απόψεις ως αποτέλεσμα προσεκτικής έρευνας και εξέτασης, με σκοπό την προώθηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ενός οργανισμού ή μιας εταιρείας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν τεκμηριωμένες και πειστικές αναφορές και εκθέσεις. Κατατάσσουν τις εκθέσεις ανάλογα με το είδος του οργανισμού, όπως εκθέσεις σε εμπορικούς οργανισμούς, σε πολυεθνικές επιχειρήσεις και σε διεθνείς οργανισμούς. Ενώ οι επιχειρηματικές αναφορές διερευνούν ένα πρόβλημα ή μια ανάγκη και αναφέρουν με πραγματολογικό τρόπο τι διαπιστώθηκε, οι προτάσεις (business proposals) χρησιμοποιούνται για την προώθηση περαιτέρω μελετών ή ερευνών και για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος. Επίσης, εντοπίζονται οι αναφορές που αφορούν ανάγκες ή προβλήματα, ώστε να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες από τον/την προϊστάμενο/-η, τους/τις πελάτες/-ισσες ή άλλους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα των επιχειρηματικών συναλλαγών. Μελετώνται διάφοροι τύποι επιχειρηματικών εκθέσεων ανάλογα με τη λειτουργία τους (πληροφοριακές, αναλυτικές), τον χρόνο (περιοδικές, προοδευτικές, κατά περίπτωση), την τυπικότητα (προσωπικές, απρόσωπες) και τη μορφή τους (σημειώματα, επιστολές, έντυπα, αναφορές). Η υποενότητα επικεντρώνεται στις επίσημες αναλυτικές εμπορικές εκθέσεις, οι οποίες περιλαμβάνουν όχι μόνο τα δεδομένα ή τις πληροφορίες που συλλέγονται στις ενημερωτικές εκθέσεις, αλλά και συμπεράσματα και συστάσεις. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν τις διαφορές μεταξύ εμπορικών εκθέσεων και προτάσεων. Για την εμπέδωση της ύλης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν μελέτες περίπτωσης (case studies) πολυεθνικών επιχειρήσεων (multinational firms) στον διεθνή Τύπο.

2.3.ΣΤ.6 | ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ (INTERNATIONAL BUSINESS MEETINGS AND NEGOTIATIONS)

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία που αφορά τις λειτουργίες μιας συνάντησης (meeting) στον τομέα των επιχειρήσεων. Η μελέτη τέτοιων επαγγελματικών συναντήσεων βασίζεται σε πραγματικές περιπτώσεις (case studies). Με τη δημιουργία εργαστηρίων (workshops) και παιχνιδιών ρόλων (role play), οι εκπαιδευόμενοι/-ες συζητούν προβλήματα, αναπτύσσουν λύσεις, παράγουν ιδέες, επιτυγχάνουν συναίνεση και λαμβάνουν αποφάσεις στην αγγλική γλώσσα. Η μελέτη επιχειρηματικών συναντήσεων σε διεθνές πλαίσιο αφορά τη χρήση της αγγλικής ορολογίας για τη νοηματοδότηση, την επιρροή της ηγεσίας, την οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης, τη δυναμική της ομάδας, τις συγκρούσεις και τη διαμόρφωση των στάσεων των επιχειρηματιών/-τριών και άλλων εμπλεκομένων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία για να αποσαφηνίσουν ζητήματα, να προσδιορίσουν κατευθύνσεις και να εστιαστούν σε προβλήματα που άπτονται των διεθνών επιχειρήσεων. Επιπλέον, καλούνται να αναλάβουν επικοινωνιακούς ρόλους σε τηλεφωνικές συνομιλίες, τηλεδιασκέψεις και παρουσιάσεις εν είδει σύντομων προφορικών διαλέξεων στην αγγλική γλώσσα. Στη συγκεκριμένη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμπλέκονται σε δύο τύπους συνεδριάσεων: ενημέρωσης και λήψης αποφάσεων. Στο πρώτο είδος συνεδριάσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνουν τους/τις υπόλοιπους/-ες εκπαιδευομένους/-ες για τις απαραίτητες πληροφορίες, ενώ στο δεύτερο είδος επιλύουν προβλήματα μέσω συζητήσεων, ώστε να ληφθούν αποφάσεις. Αυτό περιλαμβάνει διαπραγματεύσεις, οι οποίες αποτελούν μια ακόμη σημαντική δεξιότητα που αναπτύσσουν, ώστε να επικοινωνούν με επιτυχία στον επιχειρηματικό χώρο. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν με ποιον τρόπο η αγγλική ορολογία μπορεί να καταστήσει τις επιχειρηματικές συναντήσεις αποτελεσματικές, πώς λειτουργεί στις εμπορικές διαπραγματεύσεις και πώς πρέπει να χρησιμοποιηθεί ως μέσο διαπραγμάτευσης σε διεθνές περιβάλλον.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Chan, M. (2020). *English for business communication*. New York: Routledge.
2. Taylor, J. & Zeter, J. (χ.χ.). *Career paths: Business English – Student's book with DigiBooks app*. Newbury: Express Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Charles, M. & Pecorari, D. (2015). *Introducing English for academic purposes*. New York: Routledge.
2. Μόρμορη, Π., Σιβρίδου, Φ. & Τόμπρου, Χ. (2013). *Intermediate Business English*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να έρθουν σε επαφή οι εκπαιδευόμενοι/-ες με το ειδικό λεξιλόγιο της γαλλικής γλώσσας που χρησιμοποιείται στο διεθνές εμπόριο. Στόχος είναι η κατανόηση ειδικών λέξεων και φράσεων σε κείμενα αλληλογραφίας και σε κείμενα της διεθνούς ειδησεογραφίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν την ορολογία του διεθνούς εμπορίου στη γαλλική γλώσσα,
- Ερμηνεύουν κείμενα εμπορικής αλληλογραφίας διατυπωμένα στη γαλλική γλώσσα,
- Εντοπίζουν στη διεθνή ειδησεογραφία άρθρα διατυπωμένα στη γαλλική γλώσσα που αφορούν επιχειρηματικά θέματα,
- Συντάσσουν έγγραφα που αφορούν διαδικασίες του διεθνούς εμπορίου στη γαλλική γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν ορθά τη γραμματική και τη σύνταξη κατά την επικοινωνία στη γαλλική γλώσσα,
- Μεταφράζουν κείμενα από τα ελληνικά στα γαλλικά,
- Χειρίζονται βασικό και εκτεταμένο λεξιλόγιο της γαλλικής γλώσσας,
- Συζητούν για ευρύ φάσμα εμπορικών θεμάτων στη γαλλική γλώσσα,
- Υιοθετούν τις πολιτισμικές και επικοινωνιακές συμβάσεις που διέπουν τη χρήση της γαλλικής γλώσσας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Commerce international / Communication écrite / Courriel / Documents commerciaux / Documents professionnels / Français commercial / Français des affaires / Offres commerciales / Propositions commerciales / Rapports / Terminologie du marketing / Traduction terminologique.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
2	ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
3	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ I
4	ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
5	ΘΕΜΑΤΑ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
6	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
7	ΒΑΣΙΚΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
8	ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ III

Κείμενο αναφοράς

2.3.Z.1 | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα συνδυάζεται η επιχειρηματική γλώσσα με τις απαραίτητες δεξιότητες, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν γλωσσικές ικανότητες που είναι απαραίτητες στον τομέα του μάρκετινγκ. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες παρουσιάζουν τον εαυτό τους (*présentation de soi*) και συζητούν για τα εμπόδια που δυσχεραίνουν την επικοινωνία στα γαλλικά (*barrières de communication*), αναπτύσσοντας την ενσυναίσθησή τους. Καλλιεργούν τόσο τον προφορικό λόγο όσο και τη γλώσσα του σώματος, δεξιότητες που βοηθούν στην ενεργητική ακρόαση (*écoute active*). Αναπτύσσουν γλωσσικές δεξιότητες, ώστε να κάνουν ερωτήσεις και να καθοδηγούν ευγενικά μια συνομιλία, χωρίς να φέρνουν τον/τη συνομιλητή/-ριά τους (*interlocuteur/interlocutrice*) σε δύσκολη θέση. Επιπλέον, εστιάζονται σε δεξιότητες κατανόησης (*compréhension*), συμφωνίας (*accord*), διατύπωσης αντιρρήσεων (*objections*), συνεργασίας (*coopération*) και συμβιβασμού (*compromis*). Μαθαίνουν να επιλύουν διαφωνίες μεταξύ των συνομιλητών/-τριών, να βελτιώνουν τη θέσπιση στόχων και καλλιεργούν δεξιότητες επίλυσης συγκρούσεων (*résolution de conflits*). Στη συνέχεια, η υποενότητα εστιάζεται σε όρους σημαντικούς για την αποτελεσματική κατανόηση και συμμετοχή σε συζητήσεις που αφορούν την κοινωνία και την οικονομία, όπως “*inflation*” (πληθωρισμός), “*coût de la vie*” (κόστος ζωής) και “*croissance économique*” (οικονομική ανάπτυξη). Τέλος, αναλύονται κοινωνικοί όροι, όπως “*inégalité sociale*” (κοινωνική ανισότητα), “*seuil de pauvreté*” (όριο φτώχειας), “*niveau de vie*” (επίπεδο ζωής) και “*taux de chômage*” (ποσοστό ανεργίας), ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μπορούν να συμμετέχουν ενεργά σε συζητήσεις που αφορούν σύγχρονα κοινωνικοοικονομικά ζητήματα.

2.3.Z.2 | ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η κατανόηση και η ενεργός συμμετοχή σε μια συνομιλία στη γαλλική γλώσσα που αφορά το διεθνές εμπόριο απαιτούν εξοικείωση με συγκεκριμένο λεξιλόγιο και ικανότητα έκφρασης σκέψεων με σαφήνεια και αποτελεσματικότητα. Το εμπόριο και το μάρκετινγκ βασίζονται στη χρήση όρων που σχετίζονται με την οικονομία, την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, την ανάλυση της αγοράς και τη συμπεριφορά των καταναλωτών/-τριών. Αρχικά, γίνεται αναφορά σε βασικούς όρους για την κατανόηση και την ενεργό συμβολή σε μια συζήτηση εμπορικού περιεχομένου, όπως “public cible” (κοινό-στόχος), “notoriété de marque” (αναγνωρισιμότητα μάρκας), “étude de marché” (έρευνα αγοράς) και “campagne publicitaire” (διαφημιστική εκστρατεία). Επίσης, δίνεται λεξιλόγιο το οποίο διευκολύνει τον σχολιασμό διαφορετικών στρατηγικών μάρκετινγκ, όπως το ψηφιακό μάρκετινγκ (marketing numérique), η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (marketing des réseaux sociaux), η δημιουργία περιεχομένου (création de contenu) και οι πρακτικές διαφήμισης μέσω πληρωμένης προώθησης (publicité payante). Στη συνέχεια, παρουσιάζονται χρήσιμες φράσεις για την παρουσίαση ιδεών και προτάσεων ή για την παροχή διευκρινίσεων, όπως “Je propose que nous considérions...” (Προτείνω να εξετάσουμε...), “Pourriez-vous préciser comment...?” (Θα μπορούσατε να διευκρινίσετε πώς...;) ή “À mon avis, la meilleure approche serait...” (Κατά τη γνώμη μου, η καλύτερη προσέγγιση θα ήταν...). Τέλος, καθώς η ενεργητική ακρόαση είναι εξαιρετικά σημαντική, έμφαση δίνεται σε φράσεις οι οποίες δείχνουν ενδιαφέρον και κατανόηση, όπως “C’est un point intéressant” (Αυτό είναι ένα ενδιαφέρον σημείο) ή “Je comprends votre point de vue, mais avons-nous envisagé...?” (Κατανοώ την άποψή σας, αλλά έχουμε εξετάσει...;), προκειμένου η συμμετοχή σε μια συνομιλία να είναι πιο αποτελεσματική και εποικοδομητική.

2.3.Z.3 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ Ι

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρέχει πρακτικές ασκήσεις μετάφρασης απλής ορολογίας, καθώς η ικανότητα αποτελεσματικής μετάφρασης υπηρεσιών και προσφορών στη γαλλική γλώσσα βελτιώνει την πρόσβαση και την κατανόηση από γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες. Κατά τη διάρκεια της υποενότητας, επιλέγονται αυθεντικά γαλλικά έντυπα εμπορικού περιεχομένου, μελετώνται λεπτομερώς και πραγματοποιείται μετάφρασή τους στα ελληνικά ή ακολουθείται η αντίστροφη πορεία. Αξιοποιούνται οι μεταφραστικές δεξιότητες και η δημιουργικότητα των εκπαιδευομένων και γίνεται εστίαση στην εμπορική ορολογία του κειμένου-πηγής και στην κατά το δυνατόν πιστότερη απόδοσή της στη γλώσσα-στόχο. Προσφέρεται μια ποικιλία προσεγγίσεων για την εκμάθηση και την εξάσκηση στη μετάφραση ορολογίας, καθώς, με τη βοήθεια πρακτικών ασκήσεων και ομαδοσυνεργατικών εργασιών, ενισχύονται οι δεξιότητες και αναπτύσσεται η αυτοπεποίθηση των εκπαιδευομένων στη χρήση της γλώσσας και στη μετάφραση ορολογίας, με στόχο την κατανόηση της

δομής και της χρήσης της εμπορικής γλώσσας στα γαλλικά και τα ελληνικά. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η μέθοδος project. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να δημιουργήσουν ένα ελληνογαλλικό λεξικό εμπορικών όρων. Αξιολογούνται τόσο η κατάρκτηση της ορθογραφίας και της συντακτικής δομής των προτάσεων που δημιουργούνται όσο και η πληρότητα και η ακρίβεια του ορολογικού λεξικού. Συνολικά, η εν λόγω υποεπένδυση στοχεύει στην ενδυνάμωση των πρακτικών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων στον τομέα της εμπορικής γλώσσας, προσφέροντάς τους την ευκαιρία να εξασκήσουν και να βελτιώσουν τις ικανότητές τους μέσα σε ένα δημιουργικό πλαίσιο.

2.3.Z.4 | ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η σύνταξη επαγγελματικών και μη επαγγελματικών κειμένων στη γαλλική γλώσσα διαφέρει σημαντικά ως προς το ύφος, τη δομή και τον σκοπό. Στην παρούσα υποεπένδυση διασαφηνίζονται οι συγκεκριμένες διαφορές. Αρχικά, παρουσιάζονται μη επαγγελματικά κείμενα, όπως προσωπικά ιστολόγια (blogs personnels) και ανεπίσημες επιστολές (lettres informelles), τα οποία είναι εξ ορισμού λιγότερο αυστηρά και χρησιμοποιούν πιο χαλαρή γλώσσα. Σε αυτά, οι συγγραφείς έχουν την ελευθερία να εκφράζονται δημιουργικά, να χρησιμοποιούν ιδιωματισμούς (expressions idiomatiques) και να επικεντρώνονται στη συναισθηματική απήχηση ή τη διασκέδαση των αναγνωστών. Η δομή τους είναι πιο ευέλικτη, δεν δίνεται τόσο μεγάλη έμφαση στη συνοχή και την ακρίβεια και συχνά επιδιώκουν να εκφράσουν προσωπικές απόψεις και συναισθήματα ή να ψυχαγωγήσουν τους/τις αναγνώστες/-τριες. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται διαφορετικά είδη επαγγελματικών κειμένων, όπως επίσημες επιστολές (lettres formelles), αναφορές (rapports), προτάσεις (propositions commerciales) και μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (courriels), τα οποία απαιτούν τυπικό ύφος και δομή. Χρησιμοποιούν επίσημη γλώσσα (langage soutenu), αποφεύγουν τις συναισθηματικές εκφράσεις και δεν περιλαμβάνουν ιδιωματισμούς ή καθημερινό λόγο. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στις υφολογικές απαιτήσεις των επαγγελματικών κειμένων, όπως η ακρίβεια (précision) και η σαφήνεια (clarté). Έμφαση δίνεται στη μετάδοση πληροφοριών με κατανοητό τρόπο και στην αυστηρά καθορισμένη δομή με τίτλους, παραγράφους και λίστες, ώστε να διευκολύνεται η πρόσληψη του περιεχομένου. Τέλος, αναλύεται το πρωτόκολλο που ακολουθείται στη σύνταξη επαγγελματικών κειμένων, όπως η χρήση τυπικών εκφράσεων, π.χ. “Madame, Monsieur”, “Je vous prie d’agréer, Madame, Monsieur, l’expression de mes salutations distinguées.”

2.3.Z.5 | ΘΕΜΑΤΑ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης υποεπένδυσης, μελετώνται πρακτικά παραδείγματα γραπτής εφαρμογής της γαλλικής επιχειρηματικής ορολογίας στον τομέα του διεθνούς εμπορίου (commerce international), με στόχο τη βελτίωση της κατανόησης και της χρήσης της, καθώς και την καλλιέργεια δεξιοτήτων σύνταξης επαγγελματι-

κών εγγράφων και εμπορικής αλληλογραφίας στα γαλλικά. Αρχικά, εμπλουτίζονται το λεξιλόγιο και η γραμματική της γαλλικής γλώσσας με βασικούς όρους του διεθνούς εμπορίου, όπως “exportation” (εξαγωγή), “importation” (εισαγωγή), “stratégie commerciale” (εμπορική στρατηγική) και “relation client” (σχέση με τον/την πελάτη/-ισσα). Στη συνέχεια, αναλύεται η χρήση τους στη γραπτή επικοινωνία, σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (courriels), επαγγελματικά έγγραφα και εμπορικά κείμενα, όπως προσφορές (offres commerciales), ενημερωτικά δελτία (bulletins d’information) και αναφορές (rapports). Επιπλέον, δίνονται παραδείγματα γραπτής επικοινωνίας με συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, πρακτορεία (agences commerciales) και πελάτες/-ισσες, όπως, για παράδειγμα, η σύνταξη εμπορικών προσφορών και διαφημιστικών μηνυμάτων και η διαχείριση παραπόνων σχετικά με υπηρεσίες ή προϊόντα. Επιπρόσθετα, καλλιεργούνται δεξιότητες σύνταξης μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και διεκπεραίωσης εμπορικής αλληλογραφίας (correspondance commerciale), με ιδιαίτερη έμφαση στη σαφήνεια (clarté) και στην πειστικότητα (persuasion) κατά την παρουσίαση δεδομένων, την ανάλυση αποτελεσμάτων και τη σύνταξη επιχειρηματικών εγγράφων στα γαλλικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες επικεντρώνονται στη διαμόρφωση εμπορικών κειμένων και εξασκούνται στην παρουσίαση των ευρημάτων και των προτάσεών τους στον γραπτό λόγο με αποτελεσματικό τρόπο. Ως εκπαιδευτικές δραστηριότητες, προτείνονται η σύνταξη και η παρουσίαση στην τάξη μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και συμφωνητικών συνεργασίας (contrats de partenariat), γραπτών αναφορών προς τον/τη διευθυντή/-τρια (directeur/-trice), καθώς και προτάσεων και εισηγήσεων αναφορικά με εμπορικές στρατηγικές και στρατηγικές προώθησης (stratégies de promotion).

2.3.Z.6 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενοότητα επικεντρώνεται στην εισαγωγή στη γαλλική γλώσσα για τον εμπορικό κλάδο, με στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τη βασική ορολογία και την ανάπτυξη των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων σε επαγγελματικό περιβάλλον. Αρχικά, παρουσιάζονται βασικές φράσεις και εκφράσεις που χρησιμοποιούνται στις εμπορικές συναλλαγές, δίνοντας έμφαση στη σωστή χρήση χαιρετισμών και προσφωνήσεων στον επαγγελματικό χώρο, όπως “Bonjour, Madame/Monsieur” ή “Enchanté(e) de vous rencontrer”. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να παρουσιάζουν τον εαυτό τους και την εταιρεία τους, διατυπώνοντας προτάσεις όπως “Notre entreprise est spécialisée dans...”. Παράλληλα, αναπτύσσονται δεξιότητες σχετικές με τη διατύπωση προτάσεων και ερωτήσεων που αφορούν εμπορικές συναλλαγές, διαπραγματεύσεις και οικονομικές συμφωνίες, όπως “Nous proposons...”, “Quel est votre budget?” ή “Nous pouvons négocier les termes du contrat”. Στη συνέχεια, δίνεται έμφαση στην ορολογία που σχετίζεται με το διεθνές εμπόριο και τις συναλλαγές, μέσω της ανάλυσης εννοιών όπως “l’offre et la demande”, που αναφέρεται στη δυναμική της προσφοράς και της ζήτησης, “le prix

de vente” και “le coût de revient”, τα οποία αφορούν την τιμή πώλησης και το κόστος παραγωγής αντίστοιχα, καθώς και “les conditions de paiement”, που σχετίζονται με τους όρους πληρωμής σε μια εμπορική συμφωνία. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με σημαντικές έννοιες που αφορούν την τιμολόγηση και την προσφορά τιμών, οι οποίες είναι απαραίτητες για την κατανόηση και τη διαχείριση διεθνών εμπορικών συναλλαγών. Τέλος, συμμετέχουν σε προσομοιώσεις εμπορικών συναντήσεων, συντάσσουν και παρουσιάζουν γραπτές προτάσεις και επεξεργάζονται αυθεντικά εμπορικά έγγραφα.

2.3.2.7 | ΒΑΣΙΚΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η παρούσα υποενότητα επικεντρώνεται στη χρήση της γαλλικής γλώσσας ως κύριου εργαλείου επικοινωνίας κατά την άσκηση των καθηκόντων των εκπαιδευομένων στο μέλλον. Εστιάζεται στην κατανόηση βασικών εννοιών και φράσεων που χρησιμοποιούνται στον τομέα του μάρκετινγκ, στοιχείο εξαιρετικά σημαντικό για την αποτελεσματική διαχείριση της σχετικής ορολογίας στο επιχειρηματικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται όροι όπως “marché cible” (αγορά-στόχος, η ομάδα των καταναλωτών/-τριών στους/στις οποίους/-ες απευθύνεται ένα προϊόν ή μια υπηρεσία) και “segmentation du marché” (κατάτμηση αγοράς, η διαδικασία που βοηθά στον καθορισμό των ομάδων-στόχων με βάση δημογραφικά, γεωγραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφορικά κριτήρια). Αναλύονται έννοιες όπως “positionnement de marque” (διαδικασία που εξετάζει πώς μια επιχείρηση θέλει να τοποθετήσει το προϊόν της στην αγορά, καθώς αυτό σχετίζεται με το πώς οι καταναλωτές/-τριες αντιλαμβάνονται την επιχείρηση σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό) και “proposition unique de vente” (μοναδική πρόταση πώλησης, η οποία αναφέρεται στα χαρακτηριστικά που κάνουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία να ξεχωρίζει). Γίνεται εκτενής αναφορά σε όρους προβολής και προώθησης προϊόντων στα γαλλικά, όπως “campagne publicitaire” (διαφημιστική εκστρατεία), “stratégie de promotion” (στρατηγική προώθησης), “marketing numérique” (ψηφιακό μάρκετινγκ), “réseaux sociaux” (μέσα κοινωνικής δικτύωσης) και “gestion de la relation client” (διατήρηση και ανάπτυξη σχέσεων με τους/τις πελάτες/-ισσες). Η γνώση της συγκεκριμένης ορολογίας βοηθά τους/τις εκπαιδευομένους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα τον κόσμο του μάρκετινγκ και να εφαρμόσουν αποτελεσματικές στρατηγικές, ώστε να προσελκύουν και να διατηρούν πελάτες/-ισσες, εξασφαλίζοντας την επιτυχία της επιχείρησης.

2.3.2.8 | ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΙΙΙ

Στην τελευταία υποενότητα συνεχίζεται η παρουσίαση των εμπορικών εντύπων στη γαλλική γλώσσα, τα οποία αποτελούν βασικό εργαλείο επικοινωνίας στις διεθνείς συναλλαγές και ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες σύνταξης και μορφοποίησης. Γίνεται αναφορά στον όρο “conditions générales de vente” (CGV), δηλαδή στους Γενικούς Όρους Πώλησης, οι οποίοι αποτελούν σύνολο συμβατικών όρων που καθορί-

ζουν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες ένας/μία προμηθευτής/-τρια ή πωλητής/-τρια παρέχει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του/της σε έναν/μία πελάτη/-ισσα και περιλαμβάνουν λεπτομέρειες όπως οι τιμές (prix), οι όροι πληρωμής (conditions de paiement), οι χρόνοι και οι τρόποι παράδοσης (délais et modalités de livraison) και η πολιτική επιστροφών (politique de retour). Στη συνέχεια, αναλύονται όροι όπως το “devis” (εκτίμηση κόστους, προσφορά), το οποίο είναι έγγραφο που εκδίδει μια επιχείρηση για να ενημερώσει έναν/μία πελάτη/-ισσα σχετικά με το κόστος μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος πριν από την πραγματοποίηση της συναλλαγής. Αναλύεται η διαφορά μεταξύ “devis” και “facture” (τιμολόγιο), καθώς το “devis” δεν δημιουργεί νομική υποχρέωση πληρωμής εκ μέρους του/της πελάτη/-ισσας, εκτός εάν υπογραφεί και γίνει δεκτό. Τέλος, γίνεται ανάλυση των συγκεκριμένων εμπορικών εντύπων και των όσων αυτά περιλαμβάνουν, όπως τα στοιχεία του/της επαγγελματία και του/της πελάτη/-ισσας (coordonnées du professionnel et du client), τη λεπτομερή περιγραφή των προϊόντων ή των υπηρεσιών (description détaillée des services ou des produits), την τιμή χωρίς φόρους (prix hors taxes), την τελική τιμή με ΦΠΑ (TVA), τους όρους πληρωμής (modalités de paiement) και την ισχύ της προσφοράς (durée de validité du devis).

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Siréjols, E. & Tempesta, G. (2020). *Pratique grammaire A1/A2: 640 exercices avec règles, corrigés inclus*. Paris: CLE International.
2. Jégou, D. & Rosillo, M. P. (2025). *Quartier d'affaires – Niveau A1 – Livre de l'élève* (2e édition). Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Penfornis, J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires- Niveau intermédiaire*. Paris: CLE International.
2. Penfornis, J.-L. (2002). *Français.com: Méthode de français professionnel et des affaires*. Paris: CLE International.

2.4 • ΕΞΑΜΗΝΟ Δ'

2.4.A • ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις έννοιες του μάνατζμεντ σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο διεθνές εμπόριο, προκειμένου να μπορούν να συμβάλλουν στην κατάρτιση σχεδίων εισαγωγών και εξαγωγών. Ειδικότερα, αναλύεται το πώς καταγράφεται το εσωτερικό περιβάλλον των εταιρειών και πώς γίνεται ο προγραμματισμός και η διαχείριση αλλαγών για την ενίσχυση της εξωστρέφειας της επιχείρησης. Αναλύονται τρόποι συνεργασίας με συνεργάτες/-τριες στο διεθνές περιβάλλον, καθώς και οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι που προκύπτουν από τους διαφορετικούς τρόπους συνεργασίας. Αναλύονται οι πληροφορίες και τα στοιχεία που είναι απαραίτητα για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων σε σχέση με τη διεθνή αγορά, ώστε να αξιολογηθούν οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι που χαρακτηρίζουν το διεθνές περιβάλλον. Αναλύονται επίσης οι πηγές από τις οποίες μπορούν να αντληθούν οι πληροφορίες αυτές, καθώς και οι τρόποι εύρεσης και συλλογής τους. Τέλος, παρουσιάζονται θέματα που αφορούν τους τρόπους αναζήτησης παρόχων υπηρεσιών για εργασίες διεθνούς εμπορίου (ασφάλειες, χρηματοδοτήσεις κ.λπ.) και τους τρόπους αξιολόγησής τους.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναφέρονται σε βασικές έννοιες του μάνατζμεντ,
- Αναγνωρίζουν τα στάδια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων,
- Προσδιορίζουν τις πηγές πληροφοριών που αφορούν το διεθνές εμπόριο,
- Αναπτύσσουν σχέδιο εισαγωγών και εξαγωγών,
- Εντοπίζουν ευκαιρίες και κινδύνους σε διεθνές περιβάλλον,
- Αξιολογούν την απόδοση των παρόχων υπηρεσιών,
- Εφαρμόζουν διαδικασίες ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού στο διεθνές περιβάλλον,
- Διαχειρίζονται στοιχεία που απαιτούνται για την κατάρτιση συμβάσεων,
- Εντοπίζουν τρόπους χρηματοδότησης,
- Υποστηρίζουν διαδικασίες αλλαγών για την ενίσχυση της εξωστρέφειας της επιχείρησης,
- Συνεργάζονται με ασφαλιστικές εταιρείες για την αντιμετώπιση πιθανών κινδύνων στο διεθνές περιβάλλον.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ανάλυση SWOT / Προγραμματισμός / Οργάνωση / Λήψη αποφάσεων / Διαχείριση αλλαγής / Συγχωνεύσεις / Αντίσταση στην αλλαγή / Επιλογή προσωπικού / Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού / Αξιολόγηση απόδοσης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ
2	ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
3	Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ
4	Η ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ Ο ΕΛΕΓΧΟΣ
5	Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΣΕ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ
6	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
7	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.A.1 | Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ

Σκοπός της πρώτης μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες στην έννοια της οργάνωσης, η οποία αποτελεί ένα σύνολο ανθρώπων που, μέσω της διαίρεσης της εργασίας και της αξιοποίησης δομών, συστημάτων και σχεδίων, επιδιώκουν την επίτευξη χρονικά προσδιορισμένων σκοπών. Παρουσιάζεται η παραγωγική λειτουργία, που είναι η πιο βασική λειτουργία κάθε επιχείρησης, δεδομένου ότι το προϊόν που παράγει είναι ο λόγος ύπαρξής της. Ακολουθεί η ανάλυση της εμπορικής λειτουργίας, η οποία περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες, προκειμένου η επιχείρηση να διαθέσει τα προϊόντα της στην αγορά για να τα αγοράσουν οι πελάτες/-ισες. Αντιλαμβάνονται ότι η εμπορική λειτουργία εκφράζεται με τις έννοιες του μάρκετινγκ και των πωλήσεων, ότι περιλαμβάνει την προβολή και προώθηση των προϊόντων, την πώληση και τη διανομή κ.ά., καθώς και ότι η οικονομική λειτουργία έχει ως συνέπεια την απόκτηση και τη χρήση κεφαλαίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται ότι μια επιχείρηση, για να ανταποκριθεί με επιτυχία στην αποστολή της, δεν αρκεί μόνο να παράγει, να πουλάει και να διαχειρίζεται τα οικονομικά της, αλλά ταυτόχρονα αναπτύσσει τη θεσμική, τη διοικητική, τη συστημική και την πολιτισμική λειτουργία. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι τέσσερις βασικές επιδιώξεις μιας επιχείρησης και, συγκεκριμένα, η αποτελεσματικότητα, η παραγωγικότητα, η αποδοτικότητα και η ανταγωνιστικότητα. Μια καλή εκπαιδευτική πρακτική για

τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είναι αρχικά η εμπλουτισμένη εισήγηση, η οποία περιλαμβάνει την επεξήγηση και την ερμηνεία των σημαντικών όρων και εννοιών, ενώ σε δεύτερο χρόνο προτείνεται να χρησιμοποιηθεί ο καταγιγισμός ιδεών για τις λειτουργίες της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου.

2.4.A.2 | ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις σύγχρονες μορφές επιχειρήσεων. Οι διακρίσεις των επιχειρήσεων μπορούν να γίνουν με βάση μια σειρά κριτηρίων, για παράδειγμα, το αντικείμενο απασχόλησης, τη νομική μορφή κ.ά. Η ανωτέρω γνώση είναι σημαντική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, αφού κατανοούν το περιεχόμενο, τα κύρια χαρακτηριστικά, τις ομοιότητες και τις διαφορές των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο της υποενότητας παρουσιάζεται η πρώτη μεγάλη διάκριση με βάση τη μορφή της ιδιοκτησίας τους, δηλαδή σε ποιον ανήκουν. Έτσι, αντιλαμβάνονται ποιες επιχειρήσεις καλούνται δημόσιες, ποιες ιδιωτικές και ποιες μεικτού χαρακτήρα. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η διάκριση των επιχειρήσεων κερδοσκοπικού χαρακτήρα σε ατομικές, εταιρικές και συλλογικές. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παρουσίαση και στην ανάλυση της διάκρισης των εταιρικών επιχειρήσεων σε προσωπικές (ΟΕ, ΕΕ, αφανείς εταιρείες) και σε κεφαλαιουχικές εταιρείες (ΑΕ, ΙΚΕ και ΕΠΕ). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα όργανα διοίκησης των κεφαλαιουχικών εταιρειών, δηλαδή το διοικητικό συμβούλιο και τη γενική συνέλευση. Επιπλέον, ταξινομούν τις επιχειρήσεις με κριτήρια το μέγεθος, το αντικείμενο της απασχόλησης και τη γεωγραφική έκταση των δραστηριοτήτων τους. Κατάλληλη εκπαιδευτική μέθοδος είναι αρχικά η εμπλουτισμένη εισήγηση και στη συνέχεια οι ατομικές και ομαδικές ασκήσεις, προκειμένου να παρουσιαστούν και να διευκρινιστούν όλες οι σημαντικές έννοιες και τα χαρακτηριστικά των εταιρειών.

2.4.A.3 | Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις εξειδικευμένες έννοιες του προγραμματισμού και της οργάνωσης των επιχειρήσεων, ώστε να αποκτήσουν τις βάσεις για την κατανόηση των ειδικών χαρακτηριστικών της διοίκησης στο διεθνές εμπόριο. Ειδικότερα, παρουσιάζονται οι βασικές αρχές και λειτουργίες του μάνατζμεντ, τα χαρακτηριστικά και ο ρόλος των διοικητικών στελεχών στα διάφορα επίπεδα διοίκησης. Αναλύονται η λειτουργία του προγραμματισμού, η σημασία και η αναγκαιότητα ύπαρξής του για την επιχείρηση διεθνούς εμπορίου και για τα προϊόντα της, ο προσδιορισμός της αποστολής και του οράματος και ο καθορισμός των σκοπών και των στόχων, με έμφαση στην επεξεργασία και στην ανάπτυξη επιχειρησιακών σχεδίων. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η λειτουργία της οργάνωσης, που αφορά τον καταμερισμό της βασικής λειτουργίας της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου σε επιμέρους εργασίες μεταξύ ατόμων, τμημάτων και διευθύνσεων, προκειμένου να υλοποιηθούν οι στόχοι και οι σκοποί της επι-

χείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν την αναγκαιότητα του σχεδιασμού των θέσεων εργασίας, της διαίρεσης της εργασίας, η οποία συνδέεται με την εξειδίκευση των θέσεων των εργαζομένων, και της διαμόρφωσης των ιεραρχικών επιπέδων, ενώ εξοικειώνονται με την οργανωτική δομή της επιχείρησης και τη δημιουργία οργανογραμμάτων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις περιγραφές θέσεων εργασίας, στις οποίες αποτυπώνονται οι γνώσεις, τα προσόντα και τα καθήκοντα των θέσεων εργασίας σε μια επιχείρηση διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευτικές τεχνικές που ενδείκνυται να χρησιμοποιηθούν είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση για την παρουσίαση των βασικών εννοιών και, στη συνέχεια, οι ατομικές και ομαδικές ασκήσεις για τη δημιουργία οργανογραμμάτων και περιγραφών θέσεων εργασίας στην επιχείρηση διεθνούς εμπορίου.

2.4.A.4 | Η ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ Ο ΕΛΕΓΧΟΣ

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να παρουσιάσει τη λειτουργία της διεύθυνσης και του ελέγχου σε μια επιχείρηση διεθνούς εμπορίου. Η διεύθυνση είναι μια σημαντική λειτουργία και περιλαμβάνει την ηγεσία, την παρακίνηση, την εξουσιοδότηση, τον συντονισμό και την επικοινωνία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις έννοιες της δύναμης, της εξουσίας, της επιρροής, καθώς και τις πηγές της δύναμης που μπορεί να χρησιμοποιεί ο ηγέτης. Αναλύονται οι διαφορές μεταξύ του προϊσταμένου και του ηγέτη, προκειμένου να γίνει αντιληπτό ότι ο ηγέτης μπορεί να βρίσκεται σε οποιοδήποτε επίπεδο της ιεραρχικής πυραμίδας. Στη συνέχεια, αναλύονται η έννοια, ο ορισμός, η διαδικασία και τα συστατικά στοιχεία της παρακίνησης. Παρουσιάζονται και αναλύονται οι θεωρίες της παρακίνησης, οι όροι της εξουσιοδότησης, του συντονισμού και της επικοινωνίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη λειτουργία, στα είδη και στα βασικά στάδια του ελέγχου. Παρουσιάζονται οι μέθοδοι, οι τεχνικές και τα βασικά συστήματα ελέγχου που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις, όπως είναι οι προϋπολογισμοί, τα συστήματα ελέγχου παραγωγής, τα συστήματα ελέγχου μάρκετινγκ κ.ά., έτσι ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να είναι ικανοί/-ές να επιλέγουν αυτά που ταιριάζουν καλύτερα στα χαρακτηριστικά της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν ότι χωρίς τη λειτουργία του ελέγχου δεν θα είναι εφικτό να εκτιμηθεί ο βαθμός υλοποίησης των επιθυμητών αποτελεσμάτων και συμπεριφορών ούτε θα μπορεί να επιτευχθεί η συνοχή και ο συντονισμός. Κατάλληλες εκπαιδευτικές τεχνικές είναι οι ατομικές και ομαδικές ασκήσεις και οι μελέτες περίπτωσης, κατά τις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν τρόπους παρακίνησης των εργαζομένων μιας επιχείρησης.

2.4.A.5 | Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΣΕ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Αφού πλέον διαμορφώθηκε επαρκώς το γνωστικό υπόβαθρο των εκπαιδευομένων και κατακτήθηκαν οι συγκεκριμένες γνώσεις που σχετίζονται με τη μαθησιακή ενότητα αναφορικά με τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διεύθυνση και τον έλεγχο,

δύναται πλέον να προσεγγιστεί η διαδικασία της λήψης αποφάσεων. Σκοπός είναι η ευαισθητοποίηση και η ενεργός κινητοποίηση των εκπαιδευόμενων αναφορικά με την αξιοποίηση της κριτικής τους ικανότητας κατά τη λήψη αποφάσεων στην άσκηση των καθηκόντων τους. Παρουσιάζεται η διαδικασία λήψης αποφάσεων, που είναι αναπόσπαστο μέρος του προγραμματισμού, και αναλύονται τα στάδια λήψης των αποφάσεων. Στη συνέχεια, η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην αναγκαιότητα λήψης των κατάλληλων μέτρων για την υιοθέτηση και εφαρμογή του προγράμματος δράσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις διαφορές ανάμεσα στις προγραμματισμένες και μη προγραμματισμένες αποφάσεις. Δεδομένου ότι στις επιχειρήσεις πολλές αποφάσεις λαμβάνονται ομαδικά, γίνεται αναφορά στην ομαδική λήψη αποφάσεων. Αναλύονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ομαδικών και των ατομικών αποφάσεων, έτσι ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να επιλέγουν την κατάλληλη μορφή λήψης αποφάσεων ανάλογα με τις συνθήκες.

Σημείο ιδιαίτερης προσοχής για τους/τις εκπαιδευτές/-τριες αποτελεί η παρουσίαση των μεθόδων και τεχνικών λήψης των αποφάσεων και, ειδικότερα, του γραμμικού προγραμματισμού, της προσομοίωσης, της επιχειρησιακής έρευνας, της θεωρίας των πιθανοτήτων, της θεωρίας των παιγνίων, της τεχνικής των Δελφών, του δέντρου αποφάσεων και της μεθόδου του νεκρού σημείου. Κατάλληλη εκπαιδευτική τεχνική είναι οι ατομικές και ομαδικές δραστηριότητες, κατά τις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τις μεθόδους λήψης αποφάσεων, παρουσιάζοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους.

2.4.A.6 | ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τον τρόπο με τον οποίο η λειτουργία της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΔΑΔ) συμβάλλει στα αποτελέσματα της επιχείρησης διεθνούς εμπορίου. Αρχικά, ορίζονται οι προϋποθέσεις για τη σωστή οργάνωση και στελέχωση της επιχείρησης. Αναλύεται η αναγκαιότητα πρόβλεψης των μελλοντικών αναγκών της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό. Παράλληλα, προσδιορίζονται ο αριθμός των κενών θέσεων και ο τύπος των εργαζομένων που χρειάζεται η επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων της. Παρουσιάζεται ο σημαντικός ρόλος της ανάλυσης των θέσεων εργασίας, που αποτελεί τη βάση για όλες τις λειτουργίες της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού. Αναλύονται οι μέθοδοι, οι τεχνικές και τα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από την επιχείρηση διεθνούς εμπορίου για την προσέλκυση ταλαντούχων εργαζομένων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα εργαλεία επιλογής προσωπικού (συνέντευξη, δείγματα έργου, τεστ γνώσεων κ.ά.). Επιπλέον, παρουσιάζονται η χρησιμότητα της εκπαίδευσης για την ανάπτυξη και την εξέλιξη των εργαζομένων, καθώς και η ανάγκη αξιοποίησης των αποτελεσμάτων της, με έμφαση στην έννοια του «οργανισμού που μαθαίνει». Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποδέχονται τα οφέλη της αξιολόγησης και τη σύνδεσή της με τα συστήματα εκπαίδευσης, αμοιβών και παροχών.

Αντιλαμβάνονται τη σημασία της ανάπτυξης μηχανισμών ελέγχου για την προστασία της υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, καθώς και τον σημαντικό ρόλο της επικοινωνίας για την επίτευξη ενός καλού εργασιακού περιβάλλοντος στην επιχείρηση διεθνούς εμπορίου. Κατάλληλη εκπαιδευτική τεχνική είναι το παιχνίδι ρόλων, κατά το οποίο οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε μια διαδικασία συνέντευξης για την κάλυψη μιας θέσης στην επιχείρηση διεθνούς εμπορίου.

2.4.A.7 | ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζονται η έννοια της οργανωσιακής αλλαγής, καθώς και οι παράγοντες που οδηγούν τις επιχειρήσεις διεθνούς εμπορίου σε αλλαγές. Οι αλλαγές (στην οργανωτική δομή, στην εισαγωγή τεχνολογίας, στην αλλαγή πολιτικών, στην αλλαγή κουλτούρας κ.ά.) μπορεί να αφορούν ένα τμήμα ή να είναι καθολικές, όπως οι συγχωνεύσεις, και μπορεί να είναι μικρές ή μεγάλες, όπως η αλλαγή κουλτούρας. Στο πλαίσιο της υποενότητας παρουσιάζονται η επιβαλλόμενη, η φυσιολογική και η διαπραγματεύσιμη αλλαγή, ανάλογα με τη δυνατότητα αντίδρασης του οργανισμού στις πιέσεις του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος. Μέσα από μελέτες περίπτωσης αναλύονται οι κύριοι λόγοι αποτυχίας των αλλαγών, ένας από τους οποίους είναι η έλλειψη γνώσεων των στελεχών διοίκησης σχετικά με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων αλλαγών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα συμπτώματα αντίστασης στην αλλαγή και στις κύριες πηγές αντίστασης των εργαζομένων. Παρουσιάζονται τα δύο βασικά μοντέλα σχεδιασμένης αλλαγής, το μοντέλο Lewin-Schein και το μοντέλο του J. Kotter, καθώς και οι τρόποι αντιμετώπισης της αντίστασης στην αλλαγή. Οι παραπάνω γνώσεις είναι σημαντικές, διότι η ικανότητα μιας επιχείρησης διεθνούς εμπορίου να σχεδιάζει και να υλοποιεί αποτελεσματικά αλλαγές εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από το κατά πόσο τα στελέχη της ακολουθούν αποτελεσματικές πρακτικές και αντιμετωπίζουν, μέσω της επικοινωνίας, της συμμετοχής και της εκπαίδευσης, την αντίσταση των εργαζομένων, πάντοτε σε συνεργασία με τον/την υπεύθυνο/-η του αντίστοιχου τμήματος. Υλοποιούνται ομαδικές και ατομικές δραστηριότητες, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να προτείνουν τρόπους αντιμετώπισης της αντίστασης στις αλλαγές.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μπουραντάς, Δ. (2002). *Μάνατζμεντ: Θεωρητικό υπόβαθρο, σύγχρονες πρακτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
2. Μπουραντάς, Δ. & Παπαλεξανδρή, Ν. (1998). *Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.

Συμπληρωματικές

1. Ξηροτύρη-Κουφίδου, Σ. (2010). *Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων: Κτίζοντας τα θεμέλια για τη στρατηγική διοίκηση των ανθρώπων* (4η εμπλουτισμένη έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ανικούλα.
2. Kotter, J. P. & Cohen, D. S. (2005). *Η καρδιά της αλλαγής* (μτφρ. Α. Σοκοδήμος). Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

2.4.B • ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να γνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τα διαθέσιμα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να εκπαιδευτούν στη χρήση τους. Ειδικότερα, θα αναλυθούν ξεχωριστά τα διαθέσιμα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Θα αναλυθούν οι τρόποι αναγνώρισης του ποιο είναι το αποδοτικότερο ανάλογα με συγκεκριμένες παραμέτρους, όπως η αγορά-στόχος, η χρήση τους από τον ανταγωνισμό κ.ά. Επίσης θα αναλυθεί πώς συμβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην καθιέρωση του ονόματος της εταιρείας. Θα παρουσιαστούν ο τρόπος διαχείρισής τους, η σημασία της χρήσης συγκεκριμένων λέξεων, η χρήση οπτικοακουστικών μέσων, οι τρόποι σχολιασμού και οι απαντήσεις σε σχόλια.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τα διαθέσιμα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Προσδιορίζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των διαφορετικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην υπηρεσία του διεθνούς εμπορίου,
- Αναγνωρίζουν τη συμβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ενίσχυση του εταιρικού ονόματος,
- Διαχειρίζονται μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Υποστηρίζουν στρατηγικές μάρκετινγκ με τη συμβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,

- Χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με την ιστοσελίδα της επιχείρησης,
- Αναπτύσσουν περιεχόμενο για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Χρησιμοποιούν τις κατάλληλες λέξεις-κλειδιά ανάλογα με την αγορά-στόχο,
- Διαχειρίζονται οπτικοακουστικό περιεχόμενο,
- Αναγνωρίζουν την ανάγκη συνεχούς ενημέρωσης για τις νέες τάσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Διαχειρίζονται σχόλια και απαντήσεις χρηστών/-τριών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης / Ψηφιακό μάρκετινγκ / Διεθνής αγορά / Επικοινωνία στο Διαδίκτυο / Στρατηγικές περιεχομένου / Διαφήμιση στα social media / Αλληλεπίδραση χρηστών / Εταιρική ταυτότητα στα κοινωνικά δίκτυα / Εταιρική ιστοσελίδα / Κοινό-στόχος.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
2	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
3	Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ BRAND
4	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
5	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
6	ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ
7	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
8	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΧΡΗΣΗΣ ΛΕΞΕΩΝ-ΚΛΕΙΔΙΩΝ ΓΙΑ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ ΚΟΙΝΟ
9	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
10	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΟΛΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.B.1 | ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της ψηφιακής επικοινωνίας και του παγκόσμιου εμπορίου. Πλατφόρμες όπως το

Facebook, το Instagram, το Twitter, το TikTok, το YouTube και το LinkedIn διαθέτουν δισεκατομμύρια καθημερινούς/-ές χρήστες/-τριες και κυριαρχούν διεθνώς, διαμορφώνοντας τάσεις, καταναλωτικές συμπεριφορές και στρατηγικές μάρκετινγκ. Η παρούσα υποενότητα εξετάζει τις βασικές κατηγορίες και τα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αναλύει το προφίλ των χρηστών/-τριών. Οι κύριες κατηγορίες μέσων είναι τα συνεργατικά έργα (Collaborative projects), τα ιστολόγια (Blogs), οι κοινότητες περιεχομένου (Content communities), οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Social networking sites) και οι εικονικοί κόσμοι (Virtual worlds). Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η συμμετοχή (Participation), η διαφάνεια (Openness), η συνομιλία (Conversation), η κοινότητα (Community) και η συνεκτικότητα (Connectedness). Παράλληλα, μελετάται το προφίλ των χρηστών/-τριών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το περιεχόμενο που παράγεται από χρήστες/-τριες (User-Generated Content), οι κατηγορίες είναι: δημιουργός (creator), κριτής (critic), συλλέκτης (collector), συμμετέχων (joiner), θεατής (spectator), αδρανής (inactive) και καθοδηγητής γνώμης (opinion leader).

Στο πλαίσιο του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη δημιουργία επαγγελματικών λογαριασμών. Η μαθησιακή υποενότητα προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις για τη σωστή επιλογή πλατφόρμας, σύμφωνα με τις λειτουργίες, το κοινό-στόχο και τον σκοπό χρήσης.

2.4.B.2 | ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μετασχηματίσει το διεθνές εμπόριο, προσφέροντας νέες ευκαιρίες στις επιχειρήσεις αλλά και προκλήσεις. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στα οφέλη αλλά και στους κινδύνους από τη χρήση τους. Η ψηφιακή παρουσία των επιχειρήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει θετικά αποτελέσματα στις αγορές, καθώς βοηθά στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας, στην αξιολόγηση των προμηθευτών/-τριών, στην κατανόηση των καταναλωτικών συνθηκών και στη στοχευμένη διαφήμιση. Στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μειώνουν το κόστος διαφήμισης και προσφέρουν πρόσβαση σε αγορές παγκοσμίως. Επιπλέον, η χρήση αλγορίθμων και αναλύσεων δεδομένων επιτρέπει την εξατομίκευση του μάρκετινγκ, βελτιώνοντας την αλληλεπίδραση με τους/τις πελάτες/-ισες. Εντούτοις, υπάρχουν και μειονεκτήματα που είναι εξίσου σημαντικά, όπως η υπερβολική εξάρτηση από τις πλατφόρμες, η οποία ενδέχεται να καταστήσει τις επιχειρήσεις ευάλωτες σε συχνές αλλαγές των αλγορίθμων και των πολιτικών, επηρεάζοντας τη σταθερότητα της ψηφιακής τους παρουσίας. Παράλληλα, υπάρχουν κίνδυνοι σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων και τις ηθικές διαστάσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός που καθιστά απαραίτητη μια προσεκτική διαχείριση αυτών των εργαλείων.

Επιπλέον, η διαχείριση της φήμης μιας επιχείρησης γίνεται πιο περίπλοκη, καθώς η αρνητική δημοσιότητα μπορεί να εξαπλωθεί γρήγορα.

Συνολικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για τις επιχειρήσεις, αλλά απαιτούν στρατηγική διαχείριση για τη μεγιστοποίηση των πλεονεκτημάτων τους και την ελαχιστοποίηση των κινδύνων. Αυτές οι γνώσεις αποτελούν βασικό εργαλείο για τους/τις εκπαιδευομένους/-ες, ώστε να μπορούν να αναγνωρίζουν τα ισχυρά σημεία και να περιορίζουν τις αδυναμίες της χρήσης τους στο διεθνές επιχειρείν.

2.4.B.3 | Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ BRAND

Η μαθησιακή υποενοότητα εστιάζεται στον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ανάπτυξη και την ενίσχυση του εταιρικού brand. Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις διαμορφώνουν την ταυτότητά τους, επικοινωνούν τις αξίες τους και ενισχύουν την αναγνωρισιμότητά τους στο κοινό. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν τον τρόπο με τον οποίο η συστηματική παρουσία μιας επιχείρησης στα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλει στη δημιουργία θετικών συνειρμών και στην οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δημιουργία ποιοτικού και αυθεντικού περιεχομένου, στη συνεπή επικοινωνία των χαρακτηριστικών του brand και στη διαχείριση της αλληλεπίδρασης με τους χρήστες. Παράλληλα, αναλύεται η σημασία της συμμετοχής των καταναλωτών μέσω σχολίων, κοινοποιήσεων και αξιολογήσεων, καθώς και η συμβολή των ψηφιακών κοινοτήτων στη διαμόρφωση της αντίληψης για μια επιχείρηση. Εξετάζονται επίσης πρακτικές όπως η αξιοποίηση βίντεο, ζωντανών μεταδόσεων (live streaming), συνεργασιών με δημιουργούς περιεχομένου (influencers) και δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν τη φήμη και την αξιοπιστία του brand. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν πραγματικά παραδείγματα επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα, τη διαφοροποίηση και τη σύνδεσή τους με το κοινό-στόχο.

Στο εργαστηριακό μέρος της μαθησιακής υποενοότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν περιπτώσεις επιχειρήσεων από την ελληνική και τη διεθνή αγορά και αξιολογούν τον τρόπο με τον οποίο οι στρατηγικές κοινωνικών δικτύων επηρεάζουν την αντίληψη των καταναλωτών για το εταιρικό brand. Με την ολοκλήρωση της μαθησιακής υποενοότητας, θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τους παράγοντες που συμβάλλουν στη δημιουργία ενός ισχυρού και συνεκτικού brand μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

2.4.B.4 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παίζει σημαντικό ρόλο στην αποτελεσματική χρήση των καναλιών αυτών για την επιχείρηση. Η διαχείριση αυτή υπερβαίνει την απλή δημοσίευση στα προφίλ και περιλαμβάνει τη δημιουργία, την προώθηση και τη διαχείριση περιεχομένου. Στο πλαίσιο αυτής της υποεπενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν εργασίες που σχετίζονται με τη σωστή διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν στρατηγική στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν το πλαίσιο 6P των social media. Το πλαίσιο 6P είναι ένας χρήσιμος κατάλογος ελέγχου διαβούλευσης που περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες: Person-Πρόσωπο, Profile-Προφίλ, Peer-Χρήστης, Pull-Έλξη, Perception-Αντίληψη, Post-Δημοσίευση. Το πλαίσιο αυτό προσφέρει ένα ολοκληρωμένο σύστημα κατανόησης του κοινωνικού περιβάλλοντος και συμβάλλει στην επιτυχημένη επικοινωνία με τους/τις ενεργούς/-ές χρήστες/-τριες. Η αποτελεσματική διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί επίσης τη δημιουργία χρονοδιαγράμματος, τη δημιουργία και τη δημοσίευση περιεχομένου που αντανακλά τις αξίες της επιχείρησης και προσελκύει το κοινό, την αλληλεπίδραση με το κοινό, την παρακολούθηση της απόδοσης και την ανάλυση των σχολίων, των “likes” και του “engagement” γενικότερα. Η συνεχής ενημέρωση και η εκπαίδευση για τις νέες τάσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική διαχείριση αυτών των εργαλείων. Με την ολοκλήρωση της υποεπενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να διαχειριστούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της επιχείρησης, ενισχύοντας τη σύνδεση με το κοινό και την εικόνα της στην αγορά.

2.4.B.5 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποεπενότητα ασχολείται με στρατηγικές του ψηφιακού μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία πλέον αποτελούν πολύτιμο εργαλείο ανάπτυξης και ενδυνάμωσης των σχέσεων με τις ομάδες διακύβευσης (stakeholders) και ιδιαίτερα με τους/τις καταναλωτές/-τριες, ξεπερνώντας τη δυναμική των παραδοσιακών μέσων. Η επιτυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ απαιτεί από την επιχείρηση την εφαρμογή των 4 Cs: 1) Συνοχή: η υπόσχεση της εταιρείας ότι θα παραμείνει συνεπής σε όλα τα κανάλια, 2) Κοινότητα: σε αντίθεση με την ιδέα ότι ο/η επιχειρηματίας πρέπει πάντα να έχει τον έλεγχο του μηνύματος, τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν το πεδίο της κοινότητας των ατόμων που έχουν κοινό ενδιαφέρον για μια εταιρεία ή ένα προϊόν, 3) Συνεργασία: η αποτελεσματική ανταλλαγή πληροφοριών (insights) μεταξύ τμημάτων μεγιστοποιεί την αξία, 4) Δέσμευση: προϋποθέτει καλλιέργεια και διατήρηση σχέσεων σε όλα τα επίπεδα του οργανισμού. Η μέθοδος POST αποτελεί ένα στρατηγικό πλαίσιο που αξιοποιεί με αποτελεσματικό τρόπο τα social media και αναφέρεται στα τέσσερα στάδια της ανάπτυξης μιας στρατηγικής: 1) People (Άνθρωποι): η κατανόηση του κοινού, όπως ποιες πλατφόρμες χρησιμοποιεί και πώς αλληλεπιδρά, 2)

Objectives (Στόχοι): τι θέλει να πετύχει η επιχείρηση, όπως η αύξηση της αναγνωρισιμότητας ή η αλληλεπίδραση με τους/τις πελάτες/-ισσες, 3) Strategy (Στρατηγική): με ποιον τρόπο η επιχείρηση θα πετύχει τους στόχους της, 4) Technology (Τεχνολογία): ποια εργαλεία ή πλατφόρμες θα χρησιμοποιηθούν.

Συνολικά, η εκπαιδευτική υποενοότητα προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις και εργαλεία για τη δημιουργία ορθής στρατηγικής μάρκετινγκ, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη και στην επιτυχία των στόχων της επιχείρησης.

2.4.B.6 | ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ

ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

Η σύγχρονη ψηφιακή επικοινωνία επιβάλλει στις επιχειρήσεις τη στρατηγική αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με την εταιρική ιστοσελίδα, προκειμένου να ενισχύσουν τη διαδικτυακή τους παρουσία. Η εκπαιδευτική υποενοότητα εξετάζει τη σημασία αυτού του συνδυασμού.

Η εταιρική ιστοσελίδα αποτελεί τον πυρήνα της ψηφιακής ταυτότητας μιας επιχείρησης, παρέχοντας αξιόπιστες πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Παράλληλα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν ως δυναμικές πλατφόρμες αλληλεπίδρασης και προσέλκυσης νέων πελατών/-ισσών. Η ενσωμάτωση των δύο αυτών εργαλείων επιτρέπει στις επιχειρήσεις να συνδέουν τις δημοσιεύσεις τους στα κοινωνικά μέσα με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας τους. Τα κοινωνικά μέσα και ο ιστότοπος της επιχείρησης μπορούν να αλληλοσυμπληρώνονται με διάφορους τρόπους. Κατ' αρχάς, ο ιστότοπος πρέπει να αποτελεί το κέντρο της διαδικτυακής παρουσίας, ενώ τα κοινωνικά μέσα χρησιμοποιούνται για την εμπλοκή και την επιστροφή χρηστών/-τριών στον ιστότοπο. Επιπλέον, τα κοινωνικά μέσα χρησιμοποιούνται για να πληροφορείται το κοινό της επιχείρησης σχετικά με ενημερώσεις που έχουν γίνει στον ιστότοπο, καθώς και για την ενσωμάτωση των αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα στον ιστότοπο της επιχείρησης. Επιπροσθέτως, η προσθήκη ορατών κουμπιών κοινωνικών μέσων που συνδέονται με τους εταιρικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχει στους/στις πελάτες/-ισσες έναν εναλλακτικό τρόπο να ενημερώνονται για την επιχείρηση ή τις προσφορές της.

Με την ολοκλήρωση της υποενοότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν αντιληφθεί τη σημασία της ισορροπημένης χρήσης της εταιρικής ιστοσελίδας και των κοινωνικών μέσων ως βασικού παράγοντα ενίσχυσης της επικοινωνίας, της αφοσίωσης των πελατών/-ισσών και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης.

2.4.B.7 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενοότητα ασχολείται με την παραγωγή περιεχομένου, το οποίο είναι ζωτικό για το οικοσύστημα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και παίζει κρίσιμο ρόλο στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Το περιεχόμενο αναφέρεται στο σύνολο των πληροφοριών, ιδεών και διαλόγων που κοινοποιούνται μέσω διαδικτυακών πλατ-

φορμών κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram και το YouTube. Με βάση τη φύση και το είδος τους, τα μηνύματα μπορούν να ομαδοποιηθούν με βάση τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: δημοσιεύσεις έκφρασης, ενημερωτικές δημοσιεύσεις, δημοσιεύσεις εντυπώσεων, δημοσιεύσεις οικειότητας και δημοσιεύσεις αμοιβαιότητας. Τα χαρακτηριστικά του περιεχομένου που επηρεάζουν τη διαμόρφωση των στάσεων των καταναλωτών/-τριών είναι η διασκέδαση (Entertainment), η οποία πρέπει να περιλαμβάνεται στα διαφημιστικά μηνύματα για να προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού, η πληροφόρηση (Informativeness), που αφορά τη βασική λειτουργία της διαφήμισης, δηλαδή την ενημέρωση των καταναλωτών/-τριών για τα προϊόντα και τις διαφορές μεταξύ τους, και η αξιοπιστία (Credibility), η οποία σχετίζεται με το πόσο ειλικρινές και πειστικό είναι το μήνυμα και εξαρτάται από την αξιοπιστία τόσο του περιεχομένου όσο και της επιχείρησης που διαφημίζει το προϊόν ή την υπηρεσία. Για το μάθημα του εργαστηρίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν περιεχόμενο σε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Ο στόχος της εκπαιδευτικής υποεπένδυσης είναι να προετοιμάσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες να παράγουν με επιτυχία το οπτικοακουστικό περιεχόμενο, λαμβάνοντας υπόψη τις απαιτήσεις του ψηφιακού οικοσυστήματος.

2.4.B.8 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΧΡΗΣΗΣ ΛΕΞΕΩΝ-ΚΛΕΙΔΙΩΝ ΓΙΑ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΟ ΚΟΙΝΟ

Η εκπαιδευτική υποεπένδυση επικεντρώνεται στην παρακολούθηση και στη διαχείριση των λέξεων-κλειδιών (keywords) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσφέροντας στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την αποτελεσματική χρήση τους. Οι λέξεις-κλειδιά είναι οι όροι που χρησιμοποιούν οι χρήστες/-τριες στις μηχανές αναζήτησης για να βρουν αυτό που αναζητούν και η σωστή τοποθέτησή τους βελτιώνει την κατάταξη της ιστοσελίδας. Αποτελούν το κλειδί για τη βελτίωση της κατάταξης στις μηχανές αναζήτησης και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι λέξεις-κλειδιά διακρίνονται σε γενικές λέξεις-κλειδιά, λέξεις-κλειδιά μακράς ουράς (long-tail keywords) και λέξεις-κλειδιά LSI. Για παράδειγμα, σε έναν ταξιδιωτικό ιστότοπο για τη Σαντορίνη θα ήταν χρήσιμες γενικές λέξεις-κλειδιά όπως «Σαντορίνη», λέξεις-κλειδιά μακράς ουράς όπως «τα καλύτερα ξενοδοχεία με θέα στην Καλντέρα» και λέξεις-κλειδιά LSI όπως «ηφαίστειο», «Οία» ή «ηλιοβασίλεμα». Η έρευνα λέξεων-κλειδιών γίνεται με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων, όπως το Google Analytics. Με το Google Analytics υπάρχει η δυνατότητα παρακολούθησης και αξιολόγησης του ποιες λέξεις έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση κατά τη διάρκεια μιας επιτυχημένης καμπάνιας. Κατά αυτόν τον τρόπο, συλλέγονται περισσότερες πληροφορίες για το τι λειτουργεί καλά. Συνολικά, η εν λόγω εκπαιδευτική υποεπένδυση παρέχει την απαραίτητη βάση για την κατανόηση και την εφαρμογή των λέξεων-κλειδιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

2.4.B.9 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα ασχολείται με τη διαχείριση οπτικοακουστικού περιεχομένου και τις νέες τάσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι δημιουργοί περιεχομένου, αξιοποιώντας εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης, τη διαδραστικότητα και νέες πλατφόρμες, μπορούν να οικοδομήσουν μια βιώσιμη ψηφιακή παρουσία, τηρώντας ηθικά πρότυπα. Ανάλογα με την πλατφόρμα, το περιεχόμενο μπορεί να περιλαμβάνει φωτογραφίες, βίντεο, διαγράμματα, κείμενα, ήχο, καρουζέλ, ιστολόγια και memes. Ωστόσο, η υπερβολική εστίαση σε διαφημιστικά posts πρέπει να αποφεύγεται. Η ποικιλία περιεχομένων ενισχύει την αφοσίωση και τις αντιδράσεις σε σύγκριση με τα αποκλειστικά διαφημιστικά μηνύματα. Οι χρήστες/-τριες προτιμούν πιο ελκυστικές και συμμετοχικές εμπειρίες αντί για την παθητική κατανάλωση περιεχομένου. Οι βέλτιστες πρακτικές αλληλεπίδρασης περιλαμβάνουν τις απαντήσεις σε σχόλια, τα άμεσα μηνύματα (Direct Messages), τις δημοσκοπήσεις, τα κουίζ, τις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, τα Q&A, τα φίλτρα AR, τα διαδραστικά reels και το παιχνιδιοποιημένο περιεχόμενο. Η αξιοποίηση των hashtags και των συνεργασιών με influencers και brands αποτελεί στρατηγική για την αύξηση της απήχησης και της αξιοπιστίας του περιεχομένου. Είναι επίσης σημαντικό να γίνεται χρήση όλων των τύπων μέσων: πληρωμένα μέσα (paid media), κερδηθέντα μέσα (earned media) και ιδιόκτητα μέσα (owned media). Ο στόχος της εκπαιδευτικής υποενότητας είναι να προετοιμάσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να διαχειριστούν με επιτυχία το περιεχόμενο των πλατφορμών αυτών και να διατηρούν ισορροπία μεταξύ αυτών των στοιχείων, καθώς η ισορροπία αυτή συμβάλλει στη δημιουργία μιας δυναμικής και αποτελεσματικής ψηφιακής παρουσίας.

2.4.B.10 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΟΛΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η εκπαιδευτική υποενότητα ασχολείται με τη διαχείριση σχολίων και απαντήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με εστίαση στη σημασία τους για την ψηφιακή παρουσία μιας επιχείρησης. Η σωστή διαχείριση σχολίων ενισχύει την εμπιστοσύνη και τη σύνδεση με τους/τις χρήστες/-τριες, ενώ είναι βασικό στοιχείο μιας επιτυχημένης στρατηγικής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με κανόνες και πρακτικές που εφαρμόζονται στη διαχείριση των σχολίων. Ένας σημαντικός κανόνας είναι η άμεση και επαγγελματική ανταπόκριση στα σχόλια, είτε αυτά είναι θετικά είτε αρνητικά. Οι ευγενικές και σαφείς απαντήσεις ενισχύουν τη θετική εικόνα της επιχείρησης, ενώ η σωστή διαχείριση της κριτικής μπορεί να μετατρέψει έναν/μία δυσαρεστημένο/-η χρήστη/-τρια σε υποστηρικτή/-τρια. Επιπλέον, η ενθάρρυνση της αλληλεπίδρασης μέσω ερωτήσεων και διαλόγου βοηθά στη δημιουργία μιας ενεργής κοινότητας. Η εξατομικευμένη προσέγγιση, όπως η χρήση του ονόματος του/της χρήστη/-τριας στην απάντηση, προσδίδει αμεσότητα και προσωπικό χαρακτήρα. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στη διαχείριση αρνητικών ή προσβλητικών σχολίων. Σε τέτοιες περι-

πτώσεις, συνιστώνται η ψύχραιμη αντιμετώπιση, η αποφυγή αντιπαραθέσεων και, όπου είναι απαραίτητο, η εφαρμογή πολιτικών αποκλεισμού ή αναφοράς περιεχομένου. Τέλος, η συνεχής ανάλυση των σχολίων βοηθά τις επιχειρήσεις να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες του κοινού και να προσαρμόσουν τη στρατηγική επικοινωνίας τους, βελτιώνοντας τη συνολική εμπειρία των χρηστών/-τριών. Η εν λόγω εκπαιδευτική υποενότητα προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη σωστή διαχείριση των σχολίων, έτσι ώστε να ενισχύεται η φήμη και να οικοδομείται μακροχρόνια σχέση εμπιστοσύνης με τους/τις πελάτες/-ισσες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές* [Μονογραφία]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>
2. Κάβουρα, Α. (2021). *Επικοινωνία, διαφήμιση και μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης* (2η εμπλουτισμένη έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
3. Δημούλας, Χ. (2015). *Τεχνολογίες συγγραφής και διαχείρισης πολυμέσων* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-588>

Συμπληρωματικές

1. Τζαβάρας, Π. Ε. (2020). *Κατανοώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική.
2. Fuchs, C. (2023). *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Μια κριτική εισαγωγή* (μτφρ. Π. Πετρίδης). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ροπή.
3. Tuten, T. L. & Solomon, M. R. (2016). *Social media marketing: Μάρκετινγκ με μέσα κοινωνικής δικτύωσης* (μτφρ. Μ. Κωνσταντοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.

2.4.Γ • ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να γνωρίσουν τα εργαλεία επικοινωνίας στο διεθνές περιβάλλον και πώς να τα χρησιμοποιούν για να αναδεικνύουν τους σκοπούς της επιχείρησης, σύμφωνα και με τις σύγχρονες διεθνείς τάσεις. Ειδικότερα, θα αναπτυχθούν θέματα που αφορούν την αναγκαιότητα να είναι η σύγχρονη επιχείρηση αποδεκτή στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Θα αναπτυ-

χθούν οι έννοιες της αειφορίας, της πράσινης επιχειρηματικότητας, της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Θα αναλυθούν τα εργαλεία με τα οποία η επιχείρηση μπορεί να ταυτίσει το όνομά της με κοινωνικές ευαισθησίες. Θα παρουσιαστούν καλές πρακτικές για τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, στις οποίες θα μπορούν να αναδειχθούν ο σκοπός και το όραμα της επιχείρησης. Θα αναλυθούν οι ενέργειες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την έκθεση που ενισχύουν την εικόνα της επιχείρησης. Θα αναλυθεί επίσης η σημασία της οργάνωσης ειδικών γεγονότων και εκδηλώσεων. Τέλος, θα αναλυθούν η σημασία των δελτίων Τύπου, οι τρόποι σύνταξης και διανομής τους και η χρήση άλλων εργαλείων δημοσιότητας στον διεθνή χώρο.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης,
- Ορίζουν την έννοια της αειφορίας,
- Αναγνωρίζουν τις κυρίαρχες τάσεις της νεοφυούς επιχειρηματικότητας,
- Εκτελούν τα αναγκαία βήματα ενίσχυσης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μιας επιχείρησης,
- Ερμηνεύουν τη σημασία του σκοπού και του οράματος της επιχείρησης,
- Εφαρμόζουν τις απαραίτητες ενέργειες για επιτυχή συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις,
- Σχεδιάζουν εκδηλώσεις και ειδικά γεγονότα που ενισχύουν την εικόνα της επιχείρησης,
- Διαχειρίζονται δελτία Τύπου,
- Χρησιμοποιούν εργαλεία δημοσιότητας στον διεθνή χώρο,
- Υιοθετούν πρακτικές ενίσχυσης της πράσινης επιχειρηματικότητας,
- Υποστηρίζουν πρακτικές προσαρμογής της επιχείρησης στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται,
- Υποστηρίζουν πρακτικές νεοφυούς επιχειρηματικότητας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Βιώσιμη ανάπτυξη / Νεοφυής επιχειρηματικότητα / Εταιρική κοινωνική ευθύνη / Διεθνείς εκθέσεις / Δημόσιες σχέσεις / Πράσινη επιχειρηματικότητα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (2), Σύνολο (4).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
2	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΚΕ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ
3	ΠΡΑΣΙΝΗ ΚΑΙ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
4	ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
5	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ
6	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΛΤΙΑ ΤΥΠΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Γ.1 | ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) ως ηθικής συμπεριφοράς κάθε επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία, καθώς και τον ρόλο της στη σύγχρονη επιχειρηματική στρατηγική. Η ΕΚΕ αποτελεί βασικό άξονα για τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν τη μακροχρόνια βιωσιμότητα, καθώς συνδυάζει οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους. Οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ επιδιώκουν όχι μόνο την κερδοφορία αλλά και τη δημιουργία θετικού κοινωνικού αντικτύπου μέσω δράσεων που στηρίζουν το περιβάλλον, τους/τις εργαζομένους/-ες και την ευρύτερη κοινωνία. Αναγνωρίζουν ότι η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί μέρος της ΕΚΕ, καθώς συνδυάζει την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική ευημερία και την περιβαλλοντική προστασία, και ότι οι επιχειρήσεις που ενσωματώνουν αυτές τις αρχές στη στρατηγική τους μπορούν να επιτύχουν υψηλότερη ανταγωνιστικότητα και κοινωνική αποδοχή. Ειδικότερα, η περιβαλλοντική διάσταση της ΕΚΕ περιλαμβάνει την υιοθέτηση πράσινων πρακτικών, όπως η μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος, η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και η προώθηση της κυκλικής οικονομίας, ενώ η κοινωνική διάσταση της ΕΚΕ εστιάζεται στην προάσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, στην ενίσχυση της εταιρικής κουλτούρας και στη διαμόρφωση εργασιακού περιβάλλοντος που προάγει την ισότητα και τη συμπερίληψη. Αντιλαμβάνονται ότι η ΕΚΕ, μέσα από διάφορες θετικές δράσεις των επιχειρήσεων, επιδρά θετικά στους/στις καταναλωτές/-τριες και στους/στις επενδυτές/-τριες. Εξετάζουν περιπτώσεις επιχειρήσεων που έχουν υιοθετήσει επιτυχημένες στρατηγικές ΕΚΕ και αναλύουν τα οφέλη που προκύπτουν από αυτές. Διαπιστώνουν ότι η ενσωμάτωση της ΕΚΕ στο επιχειρηματικό μοντέλο δεν αποτελεί πλέον προαιρετική επιλογή αλλά αναγκαία προϋπόθεση για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον.

2.4.Γ.2 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΚΕ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Στην εν λόγω υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τη στρατηγική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και τη σύνδεσή της με τις σύγχρονες διεθνείς επιχειρηματικές τάσεις. Συνδυάζοντας τις γνώσεις από την προηγούμενη υποενότητα, κατανοούν ότι η ενσωμάτωση της ΕΚΕ στη στρατηγική μιας επιχείρησης δεν αποτελεί απλώς μια τάση, αλλά μια αναγκαιότητα για τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά της στη διεθνή αγορά. Για τον λόγο αυτόν, πλέον, οι επιχειρήσεις είναι αναγκαίο να υιοθετούν στρατηγικές ΕΚΕ, προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders), όπως οι καταναλωτές/-τριες, οι επενδυτές/-τριες, οι εργαζόμενοι/-ες και οι δημόσιες αρχές. Επιπλέον, μελετούν το μοντέλο των ενδιαφερόμενων μερών, το οποίο υποστηρίζει ότι η οικονομική επιτυχία μιας επιχείρησης εξαρτάται από την ικανοποίηση και τη διατήρηση καλών σχέσεων με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, όπως και το μοντέλο των τριών αξόνων, το οποίο ενσωματώνει την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση, διαμορφώνοντας μια ολιστική στρατηγική που προάγει τη βιωσιμότητα. Συνειδητοποιούν ότι οι σύγχρονες διεθνείς επιχειρηματικές τάσεις επηρεάζουν άμεσα τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν την ΕΚΕ, καθώς οι καταναλωτές/-τριες δείχνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για προϊόντα και υπηρεσίες που σέβονται το περιβάλλον και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Το ενδιαφέρον αυτό οδηγεί στη δημιουργία πράσινων επιχειρηματικών μοντέλων και επιβεβαιώνει ότι οι εταιρείες που επενδύουν στη διαφάνεια, την ηθική διοίκηση και την κοινωνική καινοτομία αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη διεθνή αγορά. Τέλος, εξετάζουν επιτυχημένες στρατηγικές ΕΚΕ από διεθνείς επιχειρήσεις και αναλύουν τα οφέλη που προκύπτουν από την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και της ανάπτυξης της επιχείρησης.

2.4.Γ.3 | ΠΡΑΣΙΝΗ ΚΑΙ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τις έννοιες της πράσινης επιχειρηματικότητας, της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και των νεοφυών επιχειρήσεων (startups), καθώς και τον ρόλο τους στη σύγχρονη παγκόσμια οικονομία. Αντιλαμβάνονται ότι οι δύο αυτές μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελούν βασικούς άξονες της βιώσιμης ανάπτυξης, προωθώντας την καινοτομία και την υπευθυνότητα και συμβάλλοντας στην αιεφόρο ανάπτυξη. Αποσαφηνίζεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στη δημιουργία επιχειρήσεων που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη, μειώνοντας τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της παραγωγής και της κατανάλωσης, καθώς οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής εντείνονται. Κατανοούν ότι οι πράσινες επιχειρήσεις επενδύουν σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ανακυκλώσιμα υλικά, βιώσιμες εφοδιαστικές αλυσίδες και λύσεις κυκλικής οικονομίας, ενσωματώνοντας την ανακύκλωση και την επαναχρησιμοποίηση. Αντιλαμβάνονται ότι η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών/-τριών και οι αυστηρότερες περιβαλλοντικές ρυθμίσεις

ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να ενσωματώνουν οικολογικές πρακτικές στη στρατηγική τους, με στόχο τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος και την προώθηση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Κατανοούν τον κεντρικό ρόλο που διαδραματίζουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις (startups) στην οικονομική ανάπτυξη, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα. Παρουσιάζονται προηγμένες τεχνολογίες, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, το Διαδίκτυο των πραγμάτων (IoT) και η βιοτεχνολογία, οι οποίες χρησιμοποιούνται από τις startups, προκειμένου να προσφέρουν νέες λύσεις στις αγορές. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν παραδείγματα επιτυχημένων πράσινων και νεοφυών επιχειρήσεων που έχουν καταφέρει να συνδυάσουν την επιχειρηματική ανάπτυξη με τη βιώσιμη καινοτομία. Ο συνδυασμός των ανωτέρω γνώσεων βοηθά στη συνειδητοποίηση ότι η ενσωμάτωση της πράσινης και νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην παγκόσμια οικονομία δεν αποτελεί μόνο επιχειρηματική ευκαιρία, αλλά και αναγκαιότητα για την αντιμετώπιση των σύγχρονων περιβαλλοντικών και κοινωνικών προκλήσεων.

2.4.Γ.4 | ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τον ρόλο των εργαλείων επικοινωνίας στη διαμόρφωση και στην ενίσχυση της εταιρικής ταυτότητας μιας επιχείρησης, καθώς η εταιρική ταυτότητα αντικατοπτρίζει τις αξίες, το όραμα και τη στρατηγική μιας εταιρείας και αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη διαφοροποίησή της στο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον. Κατανοούν ότι η εταιρική επικοινωνία περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι διαφημιστικές εκστρατείες, οι δημόσιες σχέσεις, τα δελτία Τύπου και οι εκδηλώσεις, τα οποία οι σύγχρονες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν για να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητά τους, να προσελκύσουν πελάτες/-ισσες και να διατηρήσουν σχέσεις εμπιστοσύνης με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Μελετούν την ψηφιακή επικοινωνία (κοινωνικά δίκτυα, ιστοσελίδες και ηλεκτρονικές καμπάνιες), η οποία αποτελεί βασικό μέσο προώθησης της εταιρικής ταυτότητας, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να αλληλεπιδρούν άμεσα με το κοινό τους και να διαμορφώνουν τη δημόσια εικόνα τους. Επιπλέον, κατανοούν ότι η χρήση οπτικού περιεχομένου, όπως infographics (πληροφοριακά γραφήματα), βίντεο (videos) και animations (κινούμενα γραφικά), συμβάλλει στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και στη δημιουργία θετικής σχέσης με τους/τις καταναλωτές/-τριες. Αξιοποιούν την εταιρική αφήγηση (corporate storytelling) και παρουσιάζουν την ιστορία, το όραμα και τις αξίες της επιχείρησης με τρόπο που εμπνέει το κοινό και δημιουργεί συναισθηματική σύνδεση με αυτό: η αφήγηση αυτή χρησιμοποιείται ευρέως σε εκστρατείες κοινωνικής ευθύνης, σηματοδοτώντας τη δέσμευση της επιχείρησης προς το περιβάλλον και την κοινωνία. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν περιπτώσεις επιτυχημένης χρήσης εργαλείων επικοινωνίας από διεθνείς επιχειρήσεις και εξετάζουν στρατηγικές ενίσχυσης της εταιρικής ταυτότητας, με στόχο να αναδείξουν τα στοιχεία που συνθέτουν μια αξιόπιστη επιχείρηση.

2.4.Γ.5 | ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διερευνούν τη στρατηγική σημασία της συμμετοχής επιχειρήσεων σε διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια και ειδικά γεγονότα, καθώς και τον ρόλο τους στην ενίσχυση της εταιρικής φήμης και της εμπορικής ανάπτυξης. Επισημαίνουν ότι οι διεθνείς εκθέσεις αποτελούν μια κομβική ευκαιρία για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να αναδείξουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, να δημιουργήσουν στρατηγικές συνεργασίες και να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες αγορές. Σχεδιάζουν πλάνο εργασιών πριν από τη συμμετοχή, στο οποίο οι επιχειρήσεις πρέπει να καθορίσουν τους επιχειρηματικούς τους στόχους, το κοινό-στόχο και το μήνυμα που θέλουν να προβάλλουν. Επισημαίνουν την αξία της προετοιμασίας του κατάλληλου εκθεσιακού χώρου, του προωθητικού υλικού και της διαμόρφωσης μιας στρατηγικής επικοινωνίας. Σχεδιάζουν πλάνο εργασιών για τη διάρκεια της έκθεσης, δίνοντας έμφαση στην αλληλεπίδραση με πιθανούς/-ές πελάτες/-ισες και επενδυτές/-τριες. Αναδεικνύουν τα εργαλεία που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις, όπως οι παρουσιάσεις προϊόντων, οι βιωματικές εμπειρίες και οι ψηφιακές τεχνολογίες, με στόχο την ενίσχυση της σύνδεσης με τους/τις επισκέπτες/-τριες. Επισημαίνουν επίσης την αξία της παρουσίας σε δικτυακές εκδηλώσεις και εργαστήρια εκμάθησης (workshops), τα οποία συμβάλλουν στην ανταλλαγή γνώσεων και στην ενίσχυση του επαγγελματικού δικτύου. Σχεδιάζουν πλάνο εργασιών μετά την έκθεση, κατά το οποίο είναι κρίσιμη η παρακολούθηση των επαφών και η αξιοποίηση των ευκαιριών συνεργασίας που προέκυψαν, ενώ η επικοινωνία με πιθανούς/-ές συνεργάτες/-τριες και η αξιολόγηση της συνολικής απόδοσης της επιχείρησης στη διοργάνωση βοηθούν στη βελτίωση της στρατηγικής για μελλοντικές συμμετοχές. Τέλος, μελετούν καλές πρακτικές διεθνών επιχειρήσεων και εξετάζουν παραδείγματα στρατηγικής συμμετοχής σε ειδικά γεγονότα, όπως λανσαρίσματα, που ενισχύουν την εικόνα της επιχείρησης σε διεθνές επίπεδο.

2.4.Γ.6 | ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΕΛΤΙΑ ΤΥΠΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στην εν λόγω υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τη σημασία των δημοσίων σχέσεων (Public Relations, PR) και των δελτίων Τύπου στη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας στο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον. Αναγνωρίζουν ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν ένα στρατηγικό εργαλείο επικοινωνίας που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να διαχειρίζονται τη φήμη τους, να ενισχύουν τις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη και να προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους με αποτελεσματικό τρόπο. Μελετούν το δελτίο Τύπου, το οποίο χρησιμοποιείται για τη μετάδοση σημαντικών ειδήσεων σχετικά με την επιχείρηση, όπως νέα προϊόντα και συμμετοχές σε διεθνείς εκδηλώσεις. Συντάσσουν δελτία Τύπου με σαφήνεια, συνοχή και εστίαση στο μήνυμα που θέλει να επικοινωνήσει η επιχείρηση, με περιεχόμενο προσαρμοσμένο στο κοινό-στόχο. Διανέμουν δελτία Τύπου μέσω διαφόρων καναλιών, όπως τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες, περιοδικά, τηλεόραση, ραδιόφωνο), οι διαδικτυακές πλατφόρμες (ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, ιστολόγια [blogs], μέσα κοινωνικής δι-

κτύωσης [social media]) και οι υπηρεσίες διανομής δελτίων Τύπου, που διασφαλίζουν την ευρεία διάχυση των εταιρικών ανακοινώσεων. Επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται διεθνώς πρέπει να προσαρμόζουν τις στρατηγικές δημοσίων σχέσεων στις πολιτισμικές και γλωσσικές ιδιαιτερότητες των αγορών στις οποίες απευθύνονται, καθώς η επικοινωνιακή στρατηγική πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις τοπικές επιχειρηματικές πρακτικές, τις καταναλωτικές προτιμήσεις και τις προσδοκίες των μέσων ενημέρωσης, προκειμένου να διασφαλίζει την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν παραδείγματα επιτυχημένων στρατηγικών δημοσίων σχέσεων που έχουν εφαρμοστεί από διεθνείς επιχειρήσεις, αναλύοντας πώς οι σωστά σχεδιασμένες επικοινωνιακές ενέργειες μπορούν να ενισχύσουν την εταιρική εικόνα και να συμβάλουν στη μακροχρόνια ανάπτυξη της επιχείρησης σε ένα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Haski-Leventhal, D. (2023). *Στρατηγική εταιρική κοινωνική ευθύνη: Εργαλεία και θεωρίες για υπεύθυνη διοίκηση* (2η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Παπαδάκης, Β. Μ. (2018). *Στρατηγική σκέψη και πρακτική στον κόσμο των επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ψυχογιού.

Συμπληρωματικές

1. Βαξεβανίδου, Μ. (2012). *Εταιρική κοινωνική ευθύνη*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Lacroix, R.-N. (2010). *Πράσινες προμήθειες: Ανάπτυξη μεθοδολογίας, στρατηγικών και πολιτικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.

2.4.Δ • ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην αναγνώριση των διαφορετικών πολιτισμών και των ιδιαιτεροτήτων τους, καθώς και στους διαφορετικούς τρόπους προσέγγισής τους. Ειδικότερα, θα αναλυθούν θέματα που αφορούν ενδεικτικά σε πολιτισμικές τάσεις άλλων λαών και πώς αυτές μπορούν να επηρεάσουν μια εμπορική συμφωνία. Θα αναλυθεί η έννοια της πολυπολιτισμικότητας και οι παράγοντες που αυτή επηρεάζει. Θα παρουσιαστούν η σημασία των τοπικών προϊόντων, οι τρόποι διασφάλισης της πιστοποίησης ποιότητας, οι τρόποι εμπορίας τους και η ενίσχυση του ονόματός τους. Θα παρουσιαστούν τρόποι προσέγγισης πιθανών συνεργατών/-τριών με διαφορετική κουλτούρα και, μέσα από την αναφορά λαθών που έχουν γίνει στο παρελθόν κατά την προσέγγιση, θα αναδει-

χθούν οι καλές πρακτικές. Θα αναφερθούν διαφορετικοί κανόνες εθιμοτυπίας και η σημασία της τήρησής τους. Θα αναλυθούν τρόποι καλής συμπεριφοράς (savoir-vivre) ως προς το πώς τους αντιλαμβάνονται διαφορετικοί λαοί.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τους επικοινωνιακούς κώδικες και τις πολιτισμικές συνήθειες ενός διεθνούς επαγγελματικού περιβάλλοντος,
- Διακρίνουν τις ιδιαιτερότητες των εργασιακών σχέσεων σε διαπολιτισμικό περιβάλλον,
- Προσδιορίζουν τις διαφορετικές προσεγγίσεις της ποιότητας σε επίπεδο διεθνούς περιβάλλοντος,
- Ερμηνεύουν την έννοια της διαπολιτισμικότητας,
- Προσδιορίζουν τους βασικούς παράγοντες διαφοροποίησης των πολιτισμών,
- Διαχειρίζονται το εμπόριο τοπικών προϊόντων σε διεθνές περιβάλλον,
- Τροποποιούν τα επιχειρησιακά σχέδια ανάλογα με τη χώρα προσέγγισης,
- Ενθαρρύνουν την ανοχή και τον σεβασμό στη διαφορετικότητα,
- Υιοθετούν κανόνες εθιμοτυπίας άλλων πολιτισμών,
- Συμμετέχουν στην προσαρμογή των επιχειρησιακών πρακτικών σε άλλες χώρες.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διαπολιτισμική κατανόηση / Πολυπολιτισμικότητα / Εθνικές κουλτούρες / Εμπορικές σχέσεις / Πολιτισμικές ιδιαιτερότητες / Πολιτισμικά λάθη / Κανόνες εθιμοτυπίας / Savoir-vivre / Στρατηγική επικοινωνίας / Πολιτισμικά πρότυπα / Διαπολιτισμική επικοινωνία / Διαχείριση διαφορετικότητας.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΙΔΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΩΝ
2	Η ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ
3	ΤΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
4	ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ
5	Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΘΙΜΟΤΥΠΙΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
6	Η ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

2.4.Δ.1 | Η ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΙΔΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΩΝ

Στην πρώτη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στις διάφορες κουλτούρες και στα χαρακτηριστικά των λαών που επηρεάζουν τις εμπορικές και κοινωνικές τους συναλλαγές, δίνοντας έμφαση στην κατανόηση και στην προσαρμογή στις πολιτισμικές διαφορές. Η αναγνώριση των αξιών, των παραδόσεων και των κοινωνικών δομών κάθε πολιτισμού αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την αποδοχή και την επιτυχή συνεργασία σε διεθνές επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς οι πολιτισμικές αντιλήψεις και οι διαφορετικές προσδοκίες για τις εμπορικές συμφωνίες επηρεάζουν τη διαδικασία διαπραγμάτευσης και τη δημιουργία επιχειρηματικών σχέσεων. Αναλύεται το γεγονός ότι σε κάποιες κουλτούρες η οικοδόμηση προσωπικής σχέσης είναι θεμελιώδης πριν από την επίτευξη συμφωνίας, ενώ σε άλλες η διαπραγμάτευση επικεντρώνεται αποκλειστικά στους όρους και στις τιμές. Επιπλέον, εξετάζεται ο ρόλος της γλώσσας και στοιχείων της μη λεκτικής επικοινωνίας, όπως οι χειρονομίες, οι εκφράσεις του προσώπου και η φυσική απόσταση, τα οποία μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη διαδικασία διαπραγμάτευσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται τη σημασία της ευαισθησίας στις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και μαθαίνουν να προσαρμόζουν την επικοινωνία τους, ώστε να είναι αποτελεσματική και ευγενική, αποφεύγοντας παρεξηγήσεις. Μέσα από την κατανόηση αυτών των διαφορών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες για τη διαχείριση πολιτισμικών συγκρούσεων, βελτιώνοντας τις επαγγελματικές τους σχέσεις και προωθώντας τη συνεργασία σε παγκόσμιο επίπεδο. Με αυτόν τον τρόπο, ενισχύεται η ικανότητά τους να λειτουργούν με επιτυχία σε διεθνή επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

2.4.Δ.2 | Η ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στην έννοια της πολυπολιτισμικότητας και εξετάζουν πώς αυτή επηρεάζει τις επιχειρηματικές σχέσεις και το παγκόσμιο εμπόριο. Μέσα από τη μελέτη διαφορετικών πολιτισμικών επιδράσεων, όπως η γλώσσα, οι θρησκευτικές πεποιθήσεις, οι κοινωνικές νόρμες και οι παραδοσιακές αντιλήψεις, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τον πολυσύνθετο ρόλο που παίζουν αυτές οι παράμετροι στην επικοινωνία και στη συνεργασία. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις πολιτισμικές διαφορές που μπορούν να λειτουργήσουν είτε ως εμπόδια είτε ως ευκαιρίες στην επιχειρηματική στρατηγική. Οι διαφορές στις αντιλήψεις του χρόνου, όπως η αυστηρότητα τήρησης των προθεσμιών, η ιεραρχία στις επιχειρήσεις και οι κοινωνικές σχέσεις, αποτελούν χαρακτηριστικά που μπορούν να προκαλέσουν συγκρούσεις ή να ενισχύσουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία σε μια διεθνή συνεργασία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πώς η προσαρμογή στις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και η κατανόησή τους μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη και την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των συνεργαζόμενων πλευρών. Στο

πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, αναλύονται παραδείγματα που καταδεικνύουν θετικά και αρνητικά αποτελέσματα από πολυπολιτισμικές αλληλεπιδράσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν στρατηγικές για την αντιμετώπιση προκλήσεων, όπως οι πολιτισμικές συγκρούσεις, και τρόπους προσαρμογής κατά τις διαπραγματεύσεις και την επικοινωνία για την αποτελεσματική διαχείριση αυτών των διαφορών. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν πολύτιμες δεξιότητες που ενισχύουν την ικανότητά τους να καλλιεργούν θετικές πολυπολιτισμικές συνεργασίες, συμβάλλοντας έτσι στην επιτυχία των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

2.4.Δ.3 | ΤΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Στην τρέχουσα μαθησιακή υποεπάρκεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στη σημασία των τοπικών προϊόντων και στις στρατηγικές που απαιτούνται για την επιτυχή προώθησή τους στην παγκόσμια αγορά. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαδικασία απόκτησης πιστοποιήσεων ποιότητας από εθνικούς, ευρωπαϊκούς, διεθνείς ή ιδιωτικούς φορείς, ανάλογα με το προϊόν και το πρότυπο, καθώς και στη σημασία των πιστοποιήσεων για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών/-τριών. Οι πιστοποιήσεις διασφαλίζουν τη συμμόρφωση των προϊόντων με διεθνή πρότυπα, ενισχύουν τη φήμη τους και προστατεύουν τόσο τους/τις καταναλωτές/-τριες όσο και τους/τις παραγωγούς από παραποιήσεις ή προϊόντα χαμηλής ποιότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν πώς οι πιστοποιήσεις επηρεάζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ και τη διαφήμιση, δίνοντας τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να επικοινωνήσουν την ποιότητα και την αξιοπιστία των προϊόντων τους στις διεθνείς αγορές. Παράλληλα, κατανοούν πώς οι πιστοποιήσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως εργαλείο προσέλκυσης νέων αγοραστών/-τριών και διεύθυνσης σε αγορές με αυξημένες απαιτήσεις. Επιπλέον, η μαθησιακή υποεπάρκεια εξετάζει τον ρόλο του branding στην προβολή των τοπικών προϊόντων, τονίζοντας τη σημασία της δημιουργίας ισχυρής εταιρικής ταυτότητας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας σε διεθνές επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν στρατηγικές που συνδυάζουν την ποιότητα, την πιστοποίηση και την αυθεντικότητα των τοπικών προϊόντων, ώστε να επιτυγχάνεται η διαφοροποίηση στην παγκόσμια αγορά. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις απαραίτητες γνώσεις για τη διαχείριση και την ανάπτυξη τοπικών προϊόντων, με εστίαση στη σύνδεση της ποιότητας με τη διεθνή αναγνώριση, με στόχο τη δημιουργία μακροπρόθεσμης και βιώσιμης ανταγωνιστικότητας.

2.4.Δ.4 | ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗΣ ΟΤΑΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ

Στην τρέχουσα μαθησιακή υποεπάρκεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στις στρατηγικές διαπραγματεύσεων που είναι απαραίτητες για την επιτυχή συνεργασία με άτομα από διαφορετικούς πολιτισμούς. Μέσα από την ανάλυση παραδειγμάτων πραγματικών διαπραγματεύσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν λάθη που προ-

κλήθηκαν από πολιτισμικές διαφορές και μαθαίνουν πώς να αποφεύγουν παρόμοιες καταστάσεις στο μέλλον. Η μαθησιακή υποεπάρκεια ενθαρρύνει την κατανόηση των πολιτισμικών παραμέτρων που επηρεάζουν τη διαπραγματεύση, όπως οι αντιλήψεις για την ιεραρχία, τη συνεργασία και την επικοινωνία, προκειμένου να αναγνωρίσουν τις βέλτιστες πρακτικές και να προσαρμόσουν τη στρατηγική τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες προσαρμογής της προσέγγισής τους ανάλογα με τις πολιτισμικές αξίες των συνεργατών/-τριών τους, προκειμένου να ενισχύσουν τη διαπραγματευτική τους θέση και να επιτύχουν αμοιβαία επωφελείς συμφωνίες. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ευελιξία και στην προσαρμοστικότητα, δύο κρίσιμα στοιχεία για την αποφυγή πολιτισμικών συγκρούσεων και τη δημιουργία συνεργατικού κλίματος. Η μαθησιακή υποεπάρκεια παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τα απαραίτητα εργαλεία για τη διαχείριση διαπραγματεύσεων με επιχειρηματικούς εταίρους από διαφορετικές πολιτισμικές προελεύσεις, ενισχύοντας τις πιθανότητες επιτυχίας σε διεθνές επίπεδο. Μέσω αυτών των στρατηγικών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι καλύτερα προετοιμασμένοι/-ες να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του παγκόσμιου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και να ενισχύσουν τις διαπραγματευτικές τους ικανότητες.

2.4.Δ.5 | Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΘΙΜΟΤΥΠΙΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Η μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στους πρακτικούς κανόνες επαγγελματικής εθιμοτυπίας που εφαρμόζονται στις διεθνείς επιχειρηματικές συναλλαγές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με θέματα όπως οι επαγγελματικοί χαιρετισμοί, οι προσφωνήσεις, η ανταλλαγή επαγγελματικών καρτών, η οργάνωση και η συμμετοχή σε συναντήσεις, η φιλοξενία επιχειρηματικών αποστολών, οι κανόνες των επαγγελματικών γευμάτων και η ηλεκτρονική επικοινωνία.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην τήρηση πρωτοκόλλων και στην αποφυγή συνηθισμένων λαθών που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά την επαγγελματική εικόνα ενός στελέχους ή μιας επιχείρησης. Παράλληλα, εξετάζονται παραδείγματα από διαφορετικές χώρες και επιχειρηματικά περιβάλλοντα, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες προσαρμογής της συμπεριφοράς τους στις απαιτήσεις κάθε περίπτωσης.

Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε προσομοιώσεις επαγγελματικών συναντήσεων και διεθνών επιχειρηματικών επαφών, εφαρμόζοντας κανόνες επαγγελματικής εθιμοτυπίας που αφορούν χαιρετισμούς, προσφωνήσεις, ανταλλαγή επαγγελματικών καρτών, επιχειρηματικά γεύματα και επίσημες συναντήσεις. Μέσα από την πρακτική εξάσκηση, αναγνωρίζουν συνήθη λάθη και εξοικειώνονται με τις απαιτήσεις διαφορετικών επιχειρηματικών περιβαλλόντων.

2.4.Δ.6 | Η ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση των πολιτισμικών αξιών και αντιλήψεων που επηρεάζουν την επαγγελματική συμπεριφορά σε διαφορετικές χώρες και κοινωνίες.

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν πώς παράγοντες όπως η αντίληψη της εξουσίας, η έννοια του χρόνου, ο βαθμός τυπικότητας, η σημασία των προσωπικών σχέσεων, η ατομικότητα ή η συλλογικότητα διαμορφώνει τις προσδοκίες και τις συμπεριφορές των επιχειρηματικών εταίρων. Αναλύονται πολιτισμικά μοντέλα και παραδείγματα από διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, προκειμένου να κατανοηθεί γιατί μια συμπεριφορά θεωρείται αποδεκτή σε έναν πολιτισμό και ακατάλληλη σε κάποιον άλλο. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη διαπολιτισμικής ευαισθησίας και στην ικανότητα ερμηνείας συμπεριφορών χωρίς στερεότυπα ή προκαταλήψεις.

Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν μελέτες περίπτωσης διεθνών συνεργασιών και διαπραγματεύσεων, εντοπίζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτισμικές αξίες επηρεάζουν την επαγγελματική συμπεριφορά, την επικοινωνία και τη λήψη αποφάσεων. Μέσα από ομαδικές δραστηριότητες και τη συζήτηση σεναρίων, αναπτύσσουν δεξιότητες διαπολιτισμικής κατανόησης και προσαρμογής σε διαφορετικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Βλαχόπουλος, Σ. (2015). *Διαπολιτισμική επικοινωνία στην οικονομία*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
2. Ball, D. A., Geringer, J. M., Minor, M. S. & McNett, J. M. (2014). *Διεθνής επιχειρηματική δραστηριότητα: Η πρόκληση του διεθνούς ανταγωνισμού* (12η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Συμπληρωματικές

1. Liu, S., Volčič, Z. & Gallois, C. (2018). *Εισαγωγή στη διαπολιτισμική επικοινωνία: Παγκόσμιοι πολιτισμοί και πλαίσια* (μτφρ. Α. Φριλίγγος). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
2. Κριτσωτάκης, Ι. Γ. (2014). *Διαπολιτισμική επικοινωνία*. Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Στόχος της μαθησιακής ενότητας είναι να αναγνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τα καθήκοντα που αφορούν το στέλεχος του διεθνούς εμπορίου και να προσδιορίσουν τις θέσεις και τις επιχειρήσεις στις οποίες θα μπορούσαν να απασχοληθούν. Συγκεκριμένα, θα προσδιοριστούν τα καθήκοντα που μπορεί να αναλάβει ένας απόφοιτος της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» κατά την είσοδό του στην αγορά εργασίας, το είδος των επιχειρήσεων που μπορούν να απασχολήσουν άτομα με τις συγκεκριμένες γνώσεις, καθώς και οι θέσεις στις οποίες μπορούν να απασχοληθούν. Θα παρουσιαστούν η ιεραρχία του επαγγέλματος και η σημασία του οργανογράμματος και της περιγραφής θέσης εργασίας. Θα παρουσιαστεί το πώς χτίζεται και υποστηρίζεται το όνομα ενός/μίας επαγγελματία της συγκεκριμένης ειδικότητας, με τεχνικές που προσομοιάζουν στην προώθηση μιας μάρκας προϊόντος. Θα παρουσιαστούν τρόποι σύνταξης βιογραφικού. Τέλος, θα αναλυθεί πώς μπορούν να αξιοποιηθούν οι συγκεκριμένες γνώσεις στην περίπτωση επιλογής του ελεύθερου επαγγέλματος.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τα είδη των επιχειρήσεων στις οποίες μπορεί να απασχοληθεί ένα στέλεχος διεθνούς εμπορίου,
- Ορίζουν τα καθήκοντα που αφορούν το στέλεχος διεθνούς εμπορίου,
- Συνθέτουν ένα βιογραφικό σημείωμα,
- Διευκρινίζουν τη θέση του στελέχους διεθνούς εμπορίου σε ένα οργανόγραμμα,
- Αναλύουν τα απαραίτητα στοιχεία περιγραφής της θέσης εργασίας,
- Επιδεικνύουν τις ικανότητες/δεξιότητες που αφορούν την άσκηση του επαγγέλματος,
- Εφαρμόζουν τις κατάλληλες τεχνικές για την προώθηση της καριέρας τους,
- Εντοπίζουν πληροφορίες αναφορικά με ελεύθερες θέσεις εργασίας,
- Οργανώνουν πλάνο εύρεσης εργασίας,
- Παρουσιάζουν το βιογραφικό τους,
- Εκτιμούν τις δυνατότητες για άσκηση ελεύθερου επαγγέλματος.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Καθήκοντα / Επαγγελματικές θέσεις / Οργανόγραμμα / Περιγραφή θέσης / Βιογραφικό / Προσωπικό branding / Πλάνο σταδιοδρομίας / Αναζήτηση εργασίας / Συνέντευξη / Ελεύθερο επάγγελμα / Επιχειρηματικότητα / Προοπτικές απασχόλησης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα
Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
2	ΠΕΔΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΕΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
3	ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΘΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
4	ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ BRAND
5	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ
6	ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.E.1 | ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην παρουσίαση και ανάλυση των βασικών αρμοδιοτήτων που αναλαμβάνει το στέλεχος διεθνούς εμπορίου κατά την ένταξή του στην αγορά εργασίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα καθήκοντα που συνδέονται με την έρευνα αγορών, τον συντονισμό εμπορικών διαδικασιών, τη διαχείριση πληροφοριών, την υποστήριξη πελατών/-ισσών και την εφαρμογή στρατηγικών πωλήσεων σε διακρατικό επίπεδο. Εντοπίζουν την ευθύνη του στελέχους στη σύνδεση των τμημάτων μιας επιχείρησης με τις διεθνείς αγορές και τη συμβολή του στην επίτευξη των εξαγωγικών ή εισαγωγικών στόχων. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνοψίζουν τις κύριες δραστηριότητες του/της επαγγελματία, όπως η επεξεργασία προσαρμοσμένων προσφορών, η παρακολούθηση πωλήσεων, η υποστήριξη των διαδικασιών εφοδιαστικής αλυσίδας (logistics), η επικοινωνία με φορείς, επιμελητήρια, προμηθευτές/-τριες και συνεργάτες/-τριες. Εξετάζονται καθήκοντα που σχετίζονται με την ανάλυση δεδομένων, την προώθηση της επιχείρησης και την ενεργό συμμετοχή σε ενέργειες δικτύωσης. Επιπλέον, προσδιορίζεται ο ρόλος του στελέχους στην αξιολόγηση του ανταγωνισμού, στη διασφάλιση ποιότητας και στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών για την υποστήριξη διεθνών εμπορικών δραστηριοτήτων. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σύνθετη φύση του επαγγελματικού ρόλου, καθώς και στην ικανότητα του στελέχους να διαχειρίζεται σύνθετες εμπορικές σχέσεις σε πολυπολιτισμικό και πολυγλωσσικό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τη σημασία της ολιστικής σκέψης, της ευελιξίας και της ικανότητας προσαρμογής στις αλλαγές του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να χαρτογραφήσουν το σύνολο των καθηκόντων ενός στελέχους σε

πραγματική ή υποθετική επιχείρηση. Το παραδοτέο μπορεί να είναι ένας πίνακας καθηκόντων με ενότητες ανά τομέα ευθύνης, συνοδευόμενος από παραδείγματα εφαρμογής σε διεθνή κλίμακα.

2.4.E.2 | ΠΕΔΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΕΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση γνώσεων σχετικά με τους επαγγελματικούς χώρους στους οποίους μπορεί να δραστηριοποιηθεί ένα στέλεχος διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τις μορφές επιχειρήσεων που προσφέρουν ευκαιρίες απασχόλησης (εισαγωγικές – εξαγωγικές εταιρείες, logistics, μεταφορές, ηλεκτρονικό εμπόριο, ναυτιλιακές, συμβουλευτικές υπηρεσίες, επιμελητήρια), καθώς και τους πιθανούς ρόλους που μπορούν να αναλάβουν ανάλογα με τη δομή και τη στρατηγική κάθε επιχείρησης. Επιπλέον, περιγράφουν τις ειδικότητες που συνδέονται με τα τμήματα εξαγωγών/εισαγωγών, εμπορικής ανάπτυξης, πελατειακής υποστήριξης και λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χαρτογραφούν τις επαγγελματικές θέσεις που συναντώνται στον χώρο του διεθνούς εμπορίου, όπως υπεύθυνος/-η εξαγωγών, υπεύθυνος/-η παραγγελιών εξωτερικού, account manager εξωτερικού, operations officer, εμπορικός/-ή αντιπρόσωπος ή σύμβουλος διεθνοποίησης. Παρουσιάζονται περιπτώσεις νεοφυών επιχειρήσεων με διεθνή χαρακτήρα, καθώς και παραδοσιακές βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται εξωστρεφώς. Αναλύονται οι βασικές απαιτήσεις κάθε ρόλου, με έμφαση στη διαχείριση διεθνών συνεργασιών, στη γνώση αγορών-στόχων και στην εξοικείωση με κανόνες και κανονιστικά πλαίσια εξωτερικού εμπορίου. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη διασύνδεση των επαγγελματικών δυνατοτήτων με την ταυτότητα και τις δεξιότητες του/της εκπαιδευόμενου/-ης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τα χαρακτηριστικά των διαφορετικών πεδίων απασχόλησης και εντοπίζουν τις προοπτικές που τους ταιριάζουν ανάλογα με το ενδιαφέρον, τις ικανότητες και τους στόχους τους. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μελετήσουν πραγματικές αγγελίες εργασίας από τον κλάδο του διεθνούς εμπορίου και να καταγράψουν τους ρόλους, τις αρμοδιότητες και τα απαιτούμενα προσόντα. Στη συνέχεια, να παρουσιάσουν σε ομάδες τα ευρήματά τους και να συζητήσουν σε ποιες θέσεις θα μπορούσαν να ανταποκριθούν μελλοντικά.

2.4.E.3 | ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΘΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα προσφέρει μια ανάλυση του τρόπου με τον οποίο εντάσσεται το στέλεχος διεθνούς εμπορίου στη δομή μιας επιχείρησης και πώς προσδιορίζεται η θέση του στο οργανόγραμμα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διευκρινίζουν τη σημασία του οργανογράμματος για την κατανόηση της ιεραρχικής δομής, της ροής αποφάσεων και της σαφήνειας αρμοδιοτήτων. Περιγράφουν τη συσχέτιση της επαγγελματικής θέσης με άλλους ρόλους στην επιχείρηση (π.χ. αγορές, πωλήσεις, logistics,

οικονομικό τμήμα) και προσδιορίζουν τη δυναμική αλληλεπίδραση με εξωτερικούς/-ές συνεργάτες/-τριες και οργανισμούς. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν την έννοια της περιγραφής θέσης εργασίας (job description) ως βασικό εργαλείο καθορισμού ρόλου, προσδοκιών, αρμοδιοτήτων και απαιτήσεων. Αναλύονται τα κύρια στοιχεία ενός job description: τίτλος, αντικείμενο, καθήκοντα, απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες, εργαλεία που χρησιμοποιούνται και δείκτες απόδοσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν παραδείγματα περιγραφών θέσεων που αφορούν το διεθνές εμπόριο, τόσο από μεγάλες επιχειρήσεις όσο και από μικρότερες εξαγωγικές μονάδες. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σημασία της κατανόησης της επαγγελματικής θέσης ως δυναμικού ρόλου μέσα σε ένα ευρύτερο σύστημα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν πώς η θέση που αναλαμβάνουν επηρεάζει τους άλλους κρίκους της εμπορικής αλυσίδας και πώς μια σαφής περιγραφή ρόλου μπορεί να ενισχύσει την αποδοτικότητα, την επικοινωνία και την επαγγελματική ανάπτυξη. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να δημιουργήσουν μια περιγραφή θέσης εργασίας για ένα στέλεχος εξαγωγών σε μια ελληνική επιχείρηση. Το παραδοτέο να περιλαμβάνει ένα πλήρες job description και τη θέση του στελέχους στο οργανόγραμμα. Στη συνέχεια, να παρουσιάσουν και να αιτιολογήσουν την κατανομή των αρμοδιοτήτων.

2.4.E.4 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ BRAND

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην ανάπτυξη ικανοτήτων που σχετίζονται με τη σύνταξη, τη διαμόρφωση και την παρουσίαση ενός αποτελεσματικού βιογραφικού σημειώματος, καθώς και με την ενίσχυση του προσωπικού επαγγελματικού προφίλ (personal brand). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βασικά δομικά στοιχεία ενός σύγχρονου βιογραφικού, οργανώνουν το περιεχόμενο με βάση τα δυνατά τους σημεία και εφαρμόζουν τις αρχές σαφήνειας, στόχευσης και προσαρμογής στο επαγγελματικό προφίλ του διεθνούς εμπορίου. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν τις διαφορές ανάμεσα στο παραδοσιακό και στο λειτουργικό βιογραφικό, συντάσσουν παραδείγματα βιογραφικών για θέσεις σε εξαγωγικές, εισαγωγικές ή συμβουλευτικές επιχειρήσεις και κατανοούν τη σημασία της εξατομικευμένης παρουσίασης δεξιοτήτων. Παρουσιάζονται σύγχρονα πρότυπα βιογραφικών, όπως το Europass, καθώς και καλές πρακτικές για τη συνοδευτική επιστολή και τη διαδικτυακή παρουσία (LinkedIn, επαγγελματική κάρτα, e-portfolio). Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ενίσχυση της επαγγελματικής ταυτότητας, με έμφαση στη δημιουργία ενός συνεκτικού και αυθεντικού προφίλ που επικοινωνεί ξεκάθαρα τις αξίες, τις ικανότητες και τον προσανατολισμό του/της εκπαιδευομένου/-ης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες υιοθετούν τεχνικές προβολής, όπως η χρήση λέξεων-κλειδών, η οπτική δομή του βιογραφικού και η αφηγηματική ροή της επαγγελματικής εμπειρίας. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να δημιουργήσουν το

προσωπικό τους βιογραφικό σημείωμα και να το παρουσιάσουν στην ομάδα. Κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας, να λάβουν ανατροφοδότηση σχετικά με τη σαφήνεια, τη συνάφεια και την εντύπωση που προκαλεί το προφίλ τους σε έναν/μία υποθετικό/-ή εργοδότη/-τρια από επιχείρηση διεθνούς εμπορίου.

2.4.E.5 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και στρατηγικές για τη στοχευμένη αναζήτηση εργασίας και την οργανωμένη χάραξη επαγγελματικής πορείας στον κλάδο του διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τους βασικούς τρόπους εντοπισμού επαγγελματικών ευκαιριών, περιγράφουν τα κανάλια πρόσβασης σε θέσεις εργασίας (ηλεκτρονικές πλατφόρμες, εταιρικά sites, δίκτυα επαφών, career days, επιμελητήρια) και οργανώνουν πλάνο επαφών και ενεργειών που ευνοούν τη σύνδεση με την αγορά εργασίας.

Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν διαφορετικές στρατηγικές αναζήτησης, εντοπίζουν τα υπέρ και τα κατά κάθε μεθόδου και προτείνουν λύσεις για το πώς θα ενισχυθεί η προβολή τους σε εργοδότες/-τριες του διεθνούς εμπορίου. Αναλύονται τεχνικές όπως η αξιοποίηση των social media, η προσαρμογή του βιογραφικού σε αγγελίες, η προετοιμασία για συνέντευξη και η ενδυνάμωση της προσωπικής εικόνας μέσα από συνεχή μάθηση και ενεργή παρουσία στον κλάδο. Περιγράφονται επίσης τα βήματα για την ανάπτυξη ενός προσωπικού πλάνου σταδιοδρομίας (career plan), με στόχους, ενέργειες, δεξιότητες προς ανάπτυξη και ρεαλιστικά χρονοδιαγράμματα. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ενεργητική στάση του/της εκπαιδευομένου/-ης απέναντι στην επαγγελματική του/της πορεία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν την ανάγκη για συνεχή αναπροσαρμογή στόχων, παρακολούθηση τάσεων του κλάδου και εστιασμένη επιλογή εργοδοτών/-τριών που συνάδουν με τις αξίες και τις φιλοδοξίες τους. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να δημιουργήσουν το προσωπικό τους επαγγελματικό πλάνο για τα επόμενα 2-3 χρόνια. Το πλάνο να περιλαμβάνει στόχους καριέρας, βήματα προετοιμασίας, δίκτυα επαφών και δεξιότητες που επιθυμούν να ενισχύσουν. Ακολουθεί ομαδική παρουσίαση και συζήτηση γύρω από τις δυνατότητες κάθε διαδρομής.

2.4.E.6 | ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στην εναλλακτική προοπτική της επαγγελματικής αυτονομίας μέσω της άσκησης ελεύθερου επαγγέλματος ή της ίδρυσης επιχείρησης στον τομέα του διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκτιμούν τις δυνατότητες που προσφέρει η σύγχρονη ψηφιακή και παγκοσμιοποιημένη αγορά, περιγράφουν τα επαγγελματικά πεδία στα οποία μπορούν να δραστηριοποιηθούν ως σύμβουλοι, εξωτερικοί/-ές συνεργάτες/-τριες ή επιχειρηματίες και εντοπίζουν τα

πλεονεκτήματα και τις προκλήσεις της επαγγελματικής αυτονομίας. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπότητας, εξετάζονται περιπτώσεις επαγγελματιών που δημιούργησαν το δικό τους brand, ανέπτυξαν πελατολόγιο στο εξωτερικό ή προσέφεραν εξειδικευμένες υπηρεσίες (π.χ. εμπορική εκπροσώπηση, ψηφιακές εξαγωγές, e-commerce consulting, διαμεσολάβηση). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα πρώτα βήματα για την εκκίνηση μιας ατομικής επιχείρησης ή συνεργατικής προσπάθειας: από τον προσδιορισμό της ιδέας και του στόχου μέχρι την επιλογή νομικής μορφής, τη στρατηγική προσέγγισης πελατών/-ισών και την επικοινωνιακή ταυτότητα. Επιπλέον, προσδιορίζουν τις δεξιότητες που απαιτούνται, όπως η αυτενέργεια, η επιμονή, η διαχείριση χρόνου και η χρήση τεχνολογικών εργαλείων για απομακρυσμένες συνεργασίες. Η μαθησιακή υποεπότητα εστιάζεται στην καλλιέργεια επιχειρηματικής σκέψης και αυτοπεποίθησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν πότε η επιλογή του ελεύθερου επαγγέλματος ευνοείται από το προφίλ, τις συνθήκες και τις ευκαιρίες του περιβάλλοντος. Υιοθετούν ως προσέγγιση τον σχεδιασμό ενός εφικτού και ευέλικτου επιχειρηματικού μοντέλου. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να διαμορφώσουν ένα επιχειρηματικό σενάριο, στο οποίο αξιοποιούν τις γνώσεις διεθνούς εμπορίου για να σχεδιάσουν την προσφορά μιας υπηρεσίας ή την εμπορική προώθηση προϊόντων. Ακολουθεί παρουσίαση του μοντέλου με στόχο την εξοικείωση με την επιχειρηματική σκέψη και τις πρακτικές πρωτοβουλίας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παλταγιάν, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. & Αιγυπτιάδης, Α. (2021). *Διοίκηση διαδικασιών στο διεθνές εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίστιγμα.
2. Μανιάτης, Μ. (2016). *Συγχαρητήρια, προσλαμβάνεστε! Τα 7 μυστικά της επιτυχημένης συνέντευξης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκης.

Συμπληρωματικές

1. Καραλής, Θ. (2003). *Τεχνικές εξεύρεσης εργασίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
2. Europass. (2023). *Δημιούργησε το βιογραφικό σου σημείωμα Europass*. Ανακτήθηκε στις 1 Απριλίου 2025 από: <https://europa.eu/europass/el/create-europass-cv>

2.4.ΣΤ • ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να έρθουν σε επαφή οι εκπαιδευόμενοι/-ες με ειδικά θέματα του διεθνούς εμπορίου που σχετίζονται με την επικαιρότητα. Ειδι-

κότερα, θα επιλέγονται θέματα της επικαιρότητας και θα αναλύονται σύμφωνα με τις υπόλοιπες μαθησιακές ενότητες. Στόχος είναι να εντοπιστούν τα προβλήματα ή οι λόγοι που απασχόλησαν την επικαιρότητα, να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις και να διατυπωθεί πρόταση στρατηγικής λύσης. Στο τέλος, θα γίνεται σύγκριση των διαφορετικών γεγονότων που αναλύθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, θα εντοπίζονται τα συνηθέστερα και κυριότερα προβλήματα και θα γίνεται προσπάθεια σύνδεσής τους με τις διεθνείς συγκυρίες.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ταξινομούν θέματα επικαιρότητας που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο ανάλογα με τις μαθησιακές ενότητες που έχουν ήδη διδαχτεί,
- Επιλέγουν θέματα επικαιρότητας από τη διεθνή ειδησεογραφία που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο,
- Ερμηνεύουν τις συνθήκες που προκάλεσαν τα θέματα της επικαιρότητας που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο,
- Αναλύουν τους τρόπους χειρισμού θεμάτων του διεθνούς εμπορίου, όπως φαίνονται μέσα από την ειδησεογραφία,
- Οργανώνουν πληροφορίες που αφορούν θέματα διεθνούς εμπορίου, σύμφωνα με τη διεθνή ειδησεογραφία,
- Παρουσιάζουν εναλλακτικούς τρόπους αντιμετώπισης προβλημάτων του διεθνούς εμπορίου, διαφορετικούς από αυτούς που επιλέχθηκαν,
- Αναλύουν τους κυριότερους κινδύνους που εντοπίζονται στο διεθνές εμπόριο,
- Εντοπίζουν πιθανούς μελλοντικούς κινδύνους και ευκαιρίες, σύμφωνα με την προηγούμενη εμπειρία,
- Επαληθεύουν τη σχέση των συγκυριών (π.χ. πόλεμος) με τις εξελίξεις στο διεθνές εμπόριο,
- Εκτιμούν ευκαιρίες που προκύπτουν στο διεθνές εμπόριο.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διεθνής επικαιρότητα / Εμπορικές κρίσεις / Παγκόσμιες συγκυρίες / Εναλλακτικές στρατηγικές / Κρίσιμες καταστάσεις / Ανάλυση ειδήσεων / Πρόβλεψη κινδύνων / Εμπορικές ευκαιρίες / Διεθνής αστάθεια / Συγκριτική παρουσίαση / Διαχείριση κρίσεων / Παγκόσμια γεγονότα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
3	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ
4	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
5	ΣΥΝΔΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΣΥΓΚΥΡΙΩΝ ΜΕ ΤΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ
6	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.ΣΤ.1 | ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η μαθησιακή υποενότητα αποσκοπεί στην ανάπτυξη της ικανότητας των εκπαιδευομένων να εντοπίζουν θέματα διεθνούς εμπορικής επικαιρότητας και να τα κατατάσσουν με βάση τις θεματικές ενότητες που έχουν διδαχθεί. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τις βασικές κατηγορίες ζητημάτων που επηρεάζουν τις διεθνείς συναλλαγές (όπως γεωπολιτικές συγκρούσεις, υγειονομικές κρίσεις, κλιματική αλλαγή, ενεργειακές αναταράξεις, ψηφιακές τεχνολογίες) και τις ταξινομούν σύμφωνα με τις θεματικές του εξαγωγικού σχεδιασμού, της εφοδιαστικής αλυσίδας, των τελωνειακών διαδικασιών, των εμπορικών συμφωνιών και των στρατηγικών ανάπτυξης. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν ένα αρχείο θεμάτων επικαιρότητας που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα το διεθνές εμπόριο. Αναζητούν πληροφορίες σε διεθνή μέσα (π.χ. Reuters, Financial Times, WTO News), εντοπίζουν ημερομηνίες, γεωγραφική εστίαση, εμπλεκόμενα μέρη και βασικά ζητήματα και αντιστοιχίζουν κάθε ζήτημα με τα περιεχόμενα μαθημάτων που έχουν ήδη παρακολουθήσει. Ερμηνεύουν την αιτιώδη σχέση μεταξύ ενός γεγονότος και της επίδρασής του στις εμπορικές ροές, στην προσφορά, στη ζήτηση, στην ασφάλεια των μεταφορών ή στις τιμές. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σύνδεση της θεωρίας με την πράξη και στην ενεργοποίηση της αναλυτικής σκέψης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν ποια γεγονότα έχουν βραχυπρόθεσμο και ποια μακροπρόθεσμο αντίκτυπο, υιοθετούν συστηματική μεθοδολογία καταγραφής και προσεγγίζουν την επικαιρότητα ως διαρκή πηγή επιχειρηματικής πληροφόρησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να παρακολουθήσουν την ειδησεογραφία για διάστημα δύο εβδομάδων και να καταγράψουν τουλάχιστον τρία θέματα με εμπορικό αντίκτυπο. Στη συνέχεια, να τα κατατάξουν σε θεματικές κατηγορίες, να ερμηνεύσουν την εμπορική τους σημασία και να τα παρουσιάσουν σε πίνακα ή infographic στην ολομέλεια του τμήματος.

2.4.ΣΤ.2 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα προσφέρει τη βάση για την απόκτηση δεξιοτήτων στην αναλυτική ερμηνεία της επικαιρότητας που επηρεάζει το διεθνές εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν προβλήματα που αναδεικνύονται μέσα από τα διεθνή ειδησεογραφικά δίκτυα και ερμηνεύουν τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές ή περιβαλλοντικές συνθήκες που οδήγησαν στην εκδήλωσή τους. Περιγράφουν τα χαρακτηριστικά της κρίσης ή της μεταβολής και εξετάζουν τους πρωταγωνιστές που συμμετέχουν ή επηρεάζονται άμεσα από τις εξελίξεις. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν γεγονότα όπως εμπορικοί πόλεμοι, κυρώσεις, περιορισμοί εξαγωγών, διαταραχές σε λιμένες ή εφοδιαστικές αλυσίδες, διακοπές παραγωγής λόγω φυσικών φαινομένων ή τεχνολογικές μεταβάσεις. Οργανώνουν τα δεδομένα σε πίνακες, συνοψίζουν αιτίες και συνέπειες και συγκρίνουν την επίδραση που είχαν παρόμοιες περιπτώσεις στο παρελθόν. Ερμηνεύουν την άμεση ή έμμεση επίδραση στις επιχειρήσεις, στους προμηθευτές, στους καταναλωτές και στις τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην ικανότητα των εκπαιδευομένων να κινούνται από την απλή ανάγνωση μιας είδησης σε μια βαθύτερη κατανόηση των εμπορικών μηχανισμών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις συνδέσεις μεταξύ γεγονότων, αναλύουν τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ χωρών και τομέων και υιοθετούν ως εργαλείο τη μεθοδική αποδόμηση και κατανόηση της είδησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να επιλέξουν μια πρόσφατη είδηση σχετική με το διεθνές εμπόριο και να την αναλύσουν βάσει ερωτημάτων: ποιο είναι το πρόβλημα, ποιοι εμπλέκονται, ποιες είναι οι αιτίες, ποιες οι επιπτώσεις, ποια τα πιθανά σενάρια εξέλιξης. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρουσιάζονται σε ομάδες με στόχο την ανταλλαγή οπτικών.

2.4.ΣΤ.3 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στην ικανότητα των εκπαιδευομένων να διατυπώνουν εναλλακτικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση προβλημάτων που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν τις προσεγγίσεις που ακολουθήθηκαν σε συγκεκριμένα παραδείγματα της επικαιρότητας και στη συνέχεια προτείνουν άλλες λύσεις που θα μπορούσαν να είχαν εφαρμοστεί. Οργανώνουν τις προτάσεις τους με τρόπο τεκμηριωμένο, βασιζόμενοι σε θεωρητικά εργαλεία και εμπειρικά παραδείγματα που έχουν αναλύσει σε προηγούμενες ενότητες. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, εξετάζονται θέματα όπως η απότομη αύξηση των τιμών σε πρώτες ύλες, οι επιπτώσεις της πανδημίας στις εφοδιαστικές αλυσίδες, οι κυρώσεις λόγω γεωπολιτικών συγκρούσεων ή οι μεταβολές στη νομισματική πολιτική. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τις αντιδράσεις κυβερνήσεων, επιχειρήσεων και διεθνών οργανισμών και αναπτύσσουν εναλλακτι-

κά σενάρια διαχείρισης, αξιοποιώντας εργαλεία όπως η ανάλυση SWOT, οι μέθοδοι διαφοροποίησης προμηθευτών ή η προσαρμογή εμπορικών όρων. Περιγράφουν πώς αυτές οι λύσεις θα μπορούσαν να είχαν μετριάσει τις αρνητικές επιπτώσεις ή να είχαν ενισχύσει την προσαρμοστικότητα των επιχειρήσεων. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην εξάσκηση της στρατηγικής σκέψης και στην ενίσχυση της ικανότητας πρόβλεψης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν την αξία της πρόληψης, υιοθετούν μεθόδους επιχειρηματικής ευελιξίας και τεκμηριώνουν την αναγκαιότητα ύπαρξης εναλλακτικών σχεδίων σε ένα ασταθές διεθνές περιβάλλον.

Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εργαστούν σε ομάδες και να αναλύσουν μια περίπτωση κρίσης που έχει ήδη παρουσιαστεί. Στη συνέχεια, να διαμορφώσουν 2-3 εναλλακτικές προτάσεις διαχείρισης, να παρουσιάσουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε πρότασης και να αιτιολογήσουν ποια θεωρούν πιο βιώσιμη και γιατί.

2.4.ΣΤ.4 | ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στην ικανότητα των εκπαιδευομένων να εντοπίζουν και να αξιολογούν κινδύνους που συνδέονται με το διεθνές εμπόριο, αλλά και να προβλέπουν εμπορικές ευκαιρίες που αναδύονται μέσα από τις εξελίξεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν παραδείγματα απρόβλεπτων γεγονότων (π.χ. πανδημία, διακοπές ροών μεταφοράς, ρυθμιστικές μεταβολές, τεχνολογικά άλματα) και αναλύουν τις συνέπειές τους σε εμπορικό και επιχειρησιακό επίπεδο. Παράλληλα, εντοπίζουν τις αγορές, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που επηρεάστηκαν θετικά και εξηγούν γιατί αυτές οι εξελίξεις λειτούργησαν ως ευκαιρίες. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες οργανώνουν παραδείγματα από την πρόσφατη ειδησεογραφία ή από επιχειρηματικές πρακτικές. Εξετάζουν πώς κάποιες επιχειρήσεις ενίσχυσαν τη θέση τους προσαρμόζοντας τα κανάλια διανομής, διαφοροποιώντας την παραγωγή ή επεκτείνοντας τη δραστηριότητά τους σε νέες αγορές. Περιγράφουν εργαλεία πρόβλεψης κινδύνου, όπως η χαρτογράφηση ρίσκων, τα σενάρια τιμολόγησης υπό αβεβαιότητα και η διαχείριση αστάθειας νομισμάτων. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σημασία της πρόληψης και της εγρήγορσης απέναντι σε παγκόσμιες αλλαγές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τη διαφορά ανάμεσα στον αντιδραστικό και στον προληπτικό σχεδιασμό, υιοθετούν μεθόδους ευελιξίας και αποκτούν κουλτούρα συνεχούς αναθεώρησης στρατηγικών σε περιβάλλοντα υψηλής αβεβαιότητας. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μελετήσουν δύο πρόσφατες περιπτώσεις διεθνούς εμπορικής διαταραχής και να εντοπίσουν σε καθεμία έναν κίνδυνο και μια ευκαιρία. Στη συνέχεια, να αξιολογήσουν πώς μια επιχείρηση θα μπορούσε να περιορίσει τον κίνδυνο και να αξιοποιήσει την ευκαιρία, τεκμηριώνοντας τις προτάσεις τους με βάση πραγματικά δεδομένα και εργαλεία διαχείρισης.

ΕΜΠΟΡΙΟ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στη σύνδεση μεταξύ σημαντικών παγκόσμιων γεγονότων και των επιπτώσεών τους στο διεθνές εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσδιορίζουν πώς συγκυρίες όπως πόλεμοι, ενεργειακές κρίσεις, φυσικές καταστροφές, επιδημίες ή παγκόσμιες συμφωνίες (π.χ. εμπορικές, περιβαλλοντικές) επιδρούν στη ροή των προϊόντων, στην τροφοδοσία των αγορών, στις τιμές, στην απασχόληση και στη βιωσιμότητα των εμπορικών συνεργασιών. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν περιπτώσεις όπως ο πόλεμος στην Ουκρανία, η πανδημία COVID-19, η παγκόσμια κρίση στην εφοδιαστική αλυσίδα ή οι αποφάσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ). Ερμηνεύουν τον τρόπο με τον οποίο μεταβλήθηκαν οι όροι εμπορίου, δημιουργήθηκαν νέοι εμπορικοί συνασπισμοί ή αναπτύχθηκαν νέες τεχνολογικές λύσεις για την υποστήριξη του διεθνούς επιχειρείν. Περιγράφουν επίσης τον ρόλο των διεθνών οργανισμών, των κρατών και των επιχειρήσεων στη διαχείριση ή στην αξιοποίηση αυτών των συγκυριών. Η μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στην καλλιέργεια της ικανότητας των εκπαιδευομένων να παρακολουθούν στενά τις διεθνείς εξελίξεις και να ερμηνεύουν τις εμπορικές συνέπειες σε στρατηγικό και επιχειρησιακό επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τη δυναμική σχέση μεταξύ πολιτικής, οικονομίας και εμπορίου και υιοθετούν ως πρακτική την αξιολόγηση εξωτερικών παραμέτρων για την πρόβλεψη μελλοντικών τάσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να επιλέξουν ένα παγκόσμιο γεγονός της τελευταίας τριετίας, να καταγράψουν την επίδρασή του σε τρία διαφορετικά επίπεδα – διεθνές, περιφερειακό και εθνικό –, να δημιουργήσουν ένα διάγραμμα αίτιου – αποτελέσματος και να το παρουσιάσουν στην ομάδα, εντοπίζοντας τις σημαντικότερες αλυσιδωτές εμπορικές συνέπειες.

2.4.ΣΤ.6 | ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΣ

Η μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευομένους/-ες τη δυνατότητα να παρουσιάσουν, να συγκρίνουν και να αξιολογήσουν περιπτώσεις εμπορικών κρίσεων που έχουν ανακύψει στο διεθνές περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκεντρώνουν πραγματικά παραδείγματα κρίσεων (όπως η διακοπή προμηθειών, η χρεοκοπία συνεργατών, οι ξαφνικές νομισματικές μεταβολές ή η επιβολή δασμών) και περιγράφουν τα χαρακτηριστικά κάθε περίπτωσης. Εστιάζουν στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις ή τα κράτη χειρίστηκαν την κατάσταση, είτε επιτυχώς είτε ανεπαρκώς. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συγκρίνουν τουλάχιστον δύο διαφορετικά περιστατικά, καταγράφοντας τις ομοιότητες και τις διαφορές ως προς τα αίτια, τις άμεσες επιπτώσεις, τις στρατηγικές αντίδρασης και τα αποτελέσματα. Εξετάζουν ποιοι παράγοντες ενίσχυσαν την αποτελεσματικότητα της διαχείρισης (π.χ. πρόληψη, γρήγορη αντίδραση, ύπαρξη εναλλακτικών λύσεων, επι-

κοινωνία με εταίρους) και σε ποια σημεία παρατηρήθηκαν αδυναμίες ή παραλείψεις. Περιγράφουν επίσης τα μαθήματα που μπορούν να εξαχθούν για μελλοντικές κρίσεις. Η μαθησιακή υποεπένδυση εστιάζεται στην εφαρμογή της συνθετικής και κριτικής σκέψης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν κοινά μοτίβα σε φαινομενικά διαφορετικές περιπτώσεις, υιοθετούν μεθοδολογία συγκριτικής ανάλυσης και τεκμηριώνουν την ανάγκη ύπαρξης πλάνου αντιμετώπισης κρίσεων σε κάθε διεθνώς δραστηριοποιούμενη επιχείρηση. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να παρουσιάσουν σε ομάδες δύο μελέτες περίπτωσης –μία με επιτυχία και μία με ανεπαρκή διαχείριση εμπορικής κρίσης–, να δημιουργήσουν έναν συγκριτικό πίνακα και να προτείνουν πώς η αποτυχημένη περίπτωση θα μπορούσε να είχε αντιμετωπιστεί καλύτερα, βασιζόμενοι/-ες σε προηγούμενες γνώσεις από τις άλλες μαθησιακές ενότητες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Θανόπουλος, Ν. Γ. (2013). *Διεθνής επιχείρηση: Περιβάλλον, δομή και προκλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
2. Πανηγυράκης, Γ. Γ. (2013). *Διεθνές μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Συμπληρωματικές

1. Griffin, R. W. & Pustay, M. W. (2018). *Διεθνείς επιχειρήσεις & επιχειρηματικότητα* (8η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Ιωάννου, Ζ. Κ. (2005). *Οδηγός εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

2.4.Z • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΑΓΓΛΙΚΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να μπορούν να επικοινωνούν γραπτά και προφορικά οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χρησιμοποιώντας το αγγλικό εμπορικό λεξιλόγιο. Ειδικότερα, στόχος είναι η αποτελεσματική γραπτή και προφορική επικοινωνία με τη χρήση της αγγλικής εμπορικής ορολογίας και γενικότερα της ορολογίας για τις διεθνείς συναλλαγές, τηρώντας τους κανόνες της επιχειρηματικής εθιμοτυπίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν γραμματικά φαινόμενα στην ξένη γλώσσα,
- Μεταφράζουν εμπορικά κείμενα και ειδησεογραφία από την ξένη γλώσσα,

- Ερμηνεύουν την εμπορική ορολογία στην ξένη γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν την εμπορική ορολογία της ξένης γλώσσας γραπτά και προφορικά,
- Εφαρμόζουν επικοινωνιακές δεξιότητες με τη χρήση της ξένης γλώσσας,
- Διαχειρίζονται την εμπορική αλληλογραφία στην ξένη γλώσσα,
- Παρουσιάζουν εμπορικές προτάσεις στην ξένη γλώσσα,
- Αναπτύσσουν επιχειρηματικές προτάσεις στην ξένη γλώσσα,
- Χειρίζονται την ξένη γλώσσα σε καθημερινή και εργασιακή επικοινωνία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Communication skills / Companies / General merchandise / Household equipment / Independent communicator / Intercultural communication / International trade / Organizations / Professional terminology / Specialized stores.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (CATEGORIES OF INTERNATIONAL TRADE SERVICES AND ACTIVITIES IN ENGLISH)
2	ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ (WRITTEN AND ORAL COMMUNICATION IN INTERNATIONAL TRADE)
3	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ (PROFESSIONAL TERMINOLOGY IN ENGLISH COMMUNICATION)
4	ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ (INDEPENDENT COMMUNICATOR FOR SPECIFIC PURPOSES)
5	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ (ENGLISH FOR COMMUNICATIVE PURPOSES IN COMPANIES AND ORGANIZATIONS)
6	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (INTERCULTURAL COMMUNICATION IN ENGLISH)

Κείμενο αναφοράς

2.4.Z.1 | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (CATEGORIES OF INTERNATIONAL TRADE SERVICES AND ACTIVITIES IN ENGLISH)

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζει την αγγλική ορολογία που χρησιμοποιείται για την ταξινόμηση των υπηρεσιών και δραστηριοτήτων στο διεθνές εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν την αγγλική ορολογία για τις υπηρεσίες διεθνούς εμπορίου (international trade services) σε μη εξειδικευμένα καταστήματα (non-specialized stores) και σε εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης (specialized stores) ποτών (beverages), τροφίμων (food) και καπνού (tobacco), καυσίμων (automotive fuel), τεχνολογικού εξοπλισμού πληροφορίας και επικοινωνιών (information and

communications equipment), οικιακού εξοπλισμού (household equipment), αγαθών πολιτισμού και ψυχαγωγίας (cultural and recreation goods), πάγκων και αγορών (stalls and markets). Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία για να περιγράψουν δραστηριότητες διεθνούς εμπορίου στον χώρο των αυτοκινήτων και ανταλλακτικών (motor vehicle and parts), επίπλων και οικιακού εξοπλισμού (furniture and home furnishings), ηλεκτρονικών και οικιακών συσκευών (electronics and appliance), οικοδομικών υλικών, εξοπλισμού κήπου και προμηθειών (building material, garden equipment and supplies), τροφίμων και ποτών (food and beverage), υπηρεσιών υγείας και προσωπικής φροντίδας (health and personal care), πρατηρίων καυσίμων (gasoline stations), ειδών ρουχισμού και αξεσουάρ (clothing and accessories), αθλητικών ειδών, δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, βιβλίων και μουσικής (sporting goods, hobby, book, music), γενικού εμπορίου (general merchandise) και διαφόρων υλικών (miscellaneous). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν αγγλόφωνες πηγές (π.χ. ιστοσελίδες παροχής υλικών και υπηρεσιών, περιοδικά, φυλλάδια και τεχνικά εγχειρίδια) και, αφού κατονομάσουν το συγκεκριμένο προϊόν, το κατατάσσουν στην αντίστοιχη υπηρεσία και περιγράφουν τη δραστηριότητα στην οποία εμπλέκεται. Με αυτόν τον τρόπο, αποκτούν τις απαραίτητες βασικές γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται για την παρακολούθηση των επόμενων μαθησιακών υποενοτήτων.

2.4.Z.2 | ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ (WRITTEN AND ORAL COMMUNICATION IN INTERNATIONAL TRADE)

Η συγκεκριμένη υποενότητα αποσκοπεί στην εισαγωγή και κατανόηση των βασικών αρχών της γραπτής επικοινωνίας και ιδιαίτερα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ως κύριου μέσου επικοινωνίας στο διεθνές εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στην επικοινωνία μεταξύ διεθνών οργανισμών εμπορίου μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας. Χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία για την άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων, τα wikis, την κοινωνική δικτύωση, το blogging, το micro-blogging και την τηλεδιάσκεψη. Με αυτόν τον τρόπο, ανταλλάσσουν αποτελεσματικότερα γνώσεις, συντονίζουν ομάδες εργασίας και προάγουν διεθνείς συνεργασίες. Επίσης, μέσω της υποενοτήτας αυτής, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλλιεργούν τη χρήση της προφορικής γλώσσας ως μια επαγγελματική ικανότητα. Ως επαγγελματίες στον χώρο του διεθνούς εμπορίου, διεξάγουν τηλεδιασκέψεις με άλλους εμπόρους, αναπτύσσουν κοινωνική δικτύωση και κάνουν προφορικές παρουσιάσεις στο πλαίσιο διάφορων επικοινωνιακών σεναρίων με πελάτες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασκούνται στην προφορική επικοινωνία, ώστε να αποκτήσουν ευχέρεια στη χρήση της αγγλικής γλώσσας, η οποία αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην εμπορική επαγγελματική σταδιοδρομία. Επίσης, συντάσσουν ενδεικτικά ηλεκτρονικά μηνύματα, αναφορές και υπομνήματα, μελετούν πρακτικά διεθνών συναντήσεων και τηλεδιασκέψεων και διεξάγουν παρουσιάσεις στα αγγλικά για το διεθνές εμπόριο. Επίσης, αποκτούν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να αντιλαμβάνονται τη σημασία της ορ-

θής χρήσης της αγγλικής γλώσσας, ανάλογα με τη θέση του επαγγελματία στον χώρο του διεθνούς εμπορίου, τόσο στις εμπορικές συναλλαγές όσο και στην ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων με εμπόρους και πελάτες διεθνώς.

2.4.Z.3 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ (PROFESSIONAL TERMINOLOGY IN ENGLISH COMMUNICATION)

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενεργοποιούν και επεκτείνουν τις γνώσεις τους στη διδαχθείσα αγγλική ορολογία. Επίσης, αποκτούν την απαραίτητη αυτοπεποίθηση και τις απαραίτητες δεξιότητες για να τη χρησιμοποιήσουν για την επικοινωνία σε διεθνές περιβάλλον. Η υποενότητα ενθαρρύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να σκεφτούν τη γλωσσική δημιουργικότητα, ατομικά, σε ζεύγη, σε ομάδες αλλά και σε προσωπική μελέτη εκτός αιθούσης διδασκαλίας. Η υποενότητα αποτελεί μια γενική εισαγωγή στην αγγλική γλώσσα ως ένα είδος επαγγελματικής ορολογίας (professional terminology) που χρησιμοποιείται σε διάφορα γνωστικά αντικείμενα (communication in professional contexts). Τα αποσπάσματα κειμένων (προφορικά και γραπτά) συνιστάται να παρέχουν παραδείγματα αυθεντικών ή τυπικών αγγλικών που εστιάζονται στην εμπορική ορολογία και στον τρόπο με τον οποίο εκφέρουν οι συνομιλητές τη σχετική ειδική φρασεολογία. Επίσης, προτείνονται παραδείγματα από διάφορες πηγές, όπως εφημερίδες, περιοδικά, επιστολές, τεχνικά εγχειρίδια, κανονισμούς και το Διαδίκτυο. Προτείνεται να δοθούν ασκήσεις με σκοπό να ενθαρρύνουν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να διαβάσουν χωρίς άγχος, για απόλαυση και για συγκεκριμένες πληροφορίες. Μερικές φορές εστιάζονται στην ακρίβεια και άλλες φορές στην ευχέρεια. Αυτές οι δραστηριότητες παρέχουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες την ευκαιρία να αλληλεπιδρούν σε ζευγάρια και ομάδες, χρησιμοποιώντας τη γλώσσα με πιο ελεύθερο, χαλαρό και δημιουργικό τρόπο, καθιστώντας τους ανεξάρτητους χρήστες της γλώσσας (independent communicator). Μέσω ενός ευρέος φάσματος ασκήσεων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατακτούν και τις τέσσερις δεξιότητες. Συνιστάται το μαθησιακό υλικό να εστιάζεται στα εξής αντικείμενα: εισαγωγή στα επιχειρηματικά αγγλικά, σύνταξη βιογραφικού σημειώματος και επιστολής αίτησης, συνεντεύξεις για εργασία, επιχειρηματική εθιμοτυπία, τύποι επιχειρηματικών οργανισμών, δομή της ναυτιλιακής εταιρείας, χρηματοοικονομικά θέματα, ηλεκτρονική/τηλεφωνική επικοινωνία και πραγματοποίηση μιας επιτυχημένης παρουσίασης.

2.4.Z.4 | ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ (INDEPENDENT COMMUNICATOR FOR SPECIFIC PURPOSES)

Στην εν λόγω μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τους λόγους για τους οποίους η βασική γνώση της γενικής θεωρίας της αγγλικής ορολογίας είναι σημαντική, ειδικότερα για τον επαγγελματικό χώρο του διεθνούς εμπορίου. Η διεθνής εμπορική ορολογία, ως μέρος του γλωσσικού συστήματος, έχει ουσιαστικά

κανονιστικό χαρακτήρα και η τυποποίησή της βοηθά στην επίτευξη αποτελεσματικής αλληλεπίδρασης μεταξύ ατόμων (π.χ. επαγγελματιών, επιχειρηματιών, πελατών), επιταχύνοντας τη διαδικασία της επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανακαλύπτουν την ανάγκη ενσωμάτωσης της εμπορικής ορολογίας στο μοντέλο επικοινωνιακής επάρκειας κατά την εκμάθηση της αγγλικής γλώσσας για τους ειδικούς σκοπούς του διεθνούς εμπορίου. Παρουσιάζεται συνοπτικά το υλικό της ενότητας με έμφαση στο ορολογικό της στοιχείο. Αναπαριστάται εικονικά, βήμα προς βήμα, η προσέγγιση της αύξησης της ορολογικής επίγνωσης στην τάξη της αγγλικής για ειδικούς σκοπούς. Ορίζεται η ορολογική επάρκεια και απαριθμούνται οι ικανότητες που πρέπει να αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, προκειμένου να κατακτήσουν την εμπορική ορολογία στην αγγλική γλώσσα, καθώς και τη διασύνδεσή της με την αντίστοιχη ελληνική ορολογία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κωδικοποιούν την ακριβή χρήση της ορολογίας όχι μόνο σε επίπεδο λέξης ή πρότασης, αλλά και σε επίπεδο κειμένου, η οποία διασφαλίζει τη συνοχή του ίδιου του κειμένου αλλά και τη σχέση του με άλλα κείμενα. Αναλύουν τις χρήσεις των όρων σε ένα μεταφρασμένο κείμενο, οι οποίες δεν αντιστοιχούν στη σημασία της έννοιας της γλώσσας προέλευσης, ώστε να αποφευχθεί η τροποποίηση των λεξικών αλυσίδων, η οποία με τη σειρά της μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στη συνοχή και στη συνεκτικότητα του κειμένου.

2.4.Z.5 | ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ (ENGLISH FOR COMMUNICATIVE PURPOSES IN COMPANIES AND ORGANIZATIONS)

Η μαθησιακή ενότητα αποσκοπεί στην ανάπτυξη των γλωσσικών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων στην αγγλική γλώσσα, με έμφαση στην κατανόηση και την παραγωγή προφορικού και γραπτού λόγου μέσω της αλληλεπίδρασης με πραγματικές επικοινωνιακές περιστάσεις, η οποία συμβάλλει στην ενίσχυση της πρακτικής αξίας των σπουδών τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διερευνούν τεχνικές βελτίωσης των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων στα αγγλικά, καθώς και την επικοινωνιακή προσέγγιση, μια δοκιμασμένη μέθοδο για την όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη βελτίωση των αγγλικών τους δεξιοτήτων. Η ενίσχυση των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων (communication skills) στα αγγλικά είναι ένα ισχυρό εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για επαγγελματικούς λόγους, για ταξίδια ή απλώς για να κάνουν μια συζήτηση σε μια διαφορετική χώρα. Ενθαρρύνονται να αναπτύσσουν στα αγγλικά τις απαιτούμενες δεξιότητες για μια φυσική προσέγγιση στην εκμάθηση γλωσσών και την απόκτηση λεξιλογίου που τους/τις καθιστά αυτόνομους γλωσσικούς χρήστες. Μέσω της εξάσκησης με τους/τις υπόλοιπους/-ες εκπαιδευομένους/-ες επιδιώκουν να βελτιώσουν τον τρόπο που μιλούν, την προφορά τους και τις δομές των προτάσεων που χρησιμοποιούν, καθώς και οτιδήποτε μπορεί να αφορά το άτομο με το οποίο μιλούν, όπως τη γλώσσα του σώματος, τις λέξεις ή φράσεις της αργκό και τον τόνο με τον οποίο θέτουν ερωτήσεις. Με την υιοθέτηση της επικοινωνιακής προσέγγισης

στην εκμάθηση των αγγλικών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες βελτιώνουν τις κάτωθι επικοινωνιακές δεξιότητες στα αγγλικά: σκέφτονται πριν μιλήσουν, εξασκούνται με άλλα άτομα, μαθαίνουν τόσο τις λέξεις όσο και τις προτάσεις των συνομιλητών τους, επικεντρώνονται στην ευχέρεια και δεν βιάζονται όταν μιλούν.

2.4.Z.6 | ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ (INTERCULTURAL COMMUNICATION IN ENGLISH)

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα διαπραγματεύεται τους τρόπους με τους οποίους ο πολιτισμός (culture) επιδρά και καθορίζει την ανθρώπινη επικοινωνία και συγκεκριμένα την εμπορική επικοινωνία σε διαπολιτισμικό πλαίσιο. Ο πολιτισμός αποτελεί δομικό στοιχείο της ταυτότητας (identity) των ανθρώπων και προσδιορίζει, σε σημαντικό βαθμό, τις διαπροσωπικές εμπορικές σχέσεις. Η πρόκληση που αντιμετωπίζουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες ως προσωπικό σε χώρους διεθνούς εμπορίου είναι να οργανώσουν τις σχέσεις τους με τους πελάτες με τέτοιο τρόπο, ώστε να υπάρχει επικοινωνία και δημιουργική αλληλεπίδραση με διαφορετικές κατηγορίες (π.χ. τουρίστες και ξένους εμπόρους) και για διαφορετικούς λόγους χρήσης (π.χ. αναψυχής, θεραπευτικούς-ιατρικούς, επαγγελματικούς, ευεξίας). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν ότι η αντίληψή μας για τον άλλο ή τους άλλους (the other) διαμορφώνεται σε συγκεκριμένο ιστορικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο που παράγει και αναπαράγει αναπαραστάσεις για τον εαυτό μας και τους άλλους. Έτσι, αναγνωρίζουν την ύπαρξη μιας σειράς στερεοτύπων (stereotypes) και προκαταλήψεων (prejudices) που συνδέονται με τις έννοιες του «ξένου», του «ανεπιθύμητου» και του «εχθρού». Με τη χρήση της κατάλληλης αγγλικής ορολογίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποφεύγουν τις διακρίσεις (discriminations), την περιθωριοποίηση (marginalization) και την αποξένωση (alienation) εθνοτικών (ethnic) και πολιτισμικών ομάδων που δραστηριοποιούνται στον χώρο του διεθνούς εμπορίου. Αυτή η δεξιότητα είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνία με μη ελληνόφωνους πελάτες και την αποφυγή παρερμηνειών (misunderstandings). Στο πλαίσιο της υποενότητας αναπτύσσονται έννοιες όπως η πολυπολιτισμικότητα (multiculturalism), η διαπολιτισμικότητα (interculturalism), η αφομοίωση (assimilation) και η ένταξη (integration). Για κάθε ομάδα κειμένων που μελετούν, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν ένα γλωσσάριο με συνώνυμα ή ορισμούς που τους/τις ενθαρρύνει να κρατούν τις δικές τους αγγλο-αγγλικές σημειώσεις λεξιλογίου. Το γλωσσάριο συνοδεύεται από μια λίστα αγγλο-ελληνικών όρων ειδικά για κάθε ομάδα κειμένων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Chan, M. (2020). *English for business communication*. New York: Routledge.
2. Taylor, J. & Zeter, J. (χ.χ.). *Career paths: Business English – Student's book with DigiBooks app*. Newbury: Express Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Charles, M. & Pecorari, D. (2015). *Introducing English for academic purposes*. New York: Routledge.
2. Μόρμορη, Π., Σιβρίδου, Φ. & Τόμπρου, Χ. (2013). *Intermediate Business English*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.

2.4.Η • ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΓΑΛΛΙΚΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να μπορούν να επικοινωνούν γραπτά και προφορικά οι εκπαιδευόμενοι/-ες, χρησιμοποιώντας το εμπορικό λεξιλόγιο της γαλλικής γλώσσας. Ειδικότερα, στόχος είναι η αποτελεσματική γραπτή και προφορική επικοινωνία με τη χρήση της εμπορικής ορολογίας στην ξένη γλώσσα και γενικότερα της ορολογίας για τις διεθνείς συναλλαγές, τηρώντας τους κανόνες της επιχειρησιακής εθιμοτυπίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν γραμματικά φαινόμενα στην ξένη γλώσσα,
- Μεταφράζουν εμπορικά κείμενα και ειδησεογραφία από την ξένη γλώσσα,
- Ερμηνεύουν την εμπορική ορολογία στην ξένη γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν την εμπορική ορολογία της ξένης γλώσσας γραπτά και προφορικά,
- Εφαρμόζουν επικοινωνιακές δεξιότητες με τη χρήση της ξένης γλώσσας,
- Διαχειρίζονται την εμπορική αλληλογραφία στην ξένη γλώσσα,
- Παρουσιάζουν εμπορικές προτάσεις στην ξένη γλώσσα,
- Αναπτύσσουν επιχειρηματικές προτάσεις στην ξένη γλώσσα,
- Χειρίζονται την ξένη γλώσσα σε καθημερινή και εργασιακή επικοινωνία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Communiqué de presse / CV / Lettre de motivation / Multiculturalisme /
Négociation commerciale / Offre commerciale / Présentation / Proposition
commerciale / *Publicité en ligne (e-publicité)* / Rapport / Terminologie commerciale /
Traduction de terminologie.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση της μαθησιακής ενότητας σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΑΡΘΡΩΝ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
2	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ II
3	ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΑΝΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ
4	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ
5	ΣΥΝΤΑΞΗ ΔΕΛΤΙΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
6	ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
7	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
8	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ

Κείμενο αναφοράς

2.4.H.1 | ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΑΡΘΡΩΝ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η πρώτη υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τη διαδικασία αναζήτησης, κατανόησης και ανάλυσης επιχειρηματικών άρθρων γραμμένων στα γαλλικά, με έμφαση στην αυθεντική διεθνή ειδησεογραφία. Η αναζήτηση αξιόπιστων και έγκυρων πληροφοριών αποτελεί θεμελιώδη δεξιότητα στο σύγχρονο περιβάλλον του διεθνούς εμπορίου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στον εντοπισμό κατάλληλων πηγών ενημέρωσης, όπως οικονομικές εφημερίδες, έγκριτα ενημερωτικά πρακτορεία, εξειδικευμένα περιοδικά επιχειρηματικού ενδιαφέροντος και ψηφιακές πλατφόρμες που καλύπτουν διεθνή οικονομικά και εμπορικά θέματα. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την επιλογή και την ανάλυση άρθρων που σχετίζονται με τις τελευταίες εξελίξεις στις αγορές, τις στρατηγικές επιχειρήσεων, τις χρηματοοικονομικές τάσεις, το μάρκετινγκ, τις διαπραγματεύσεις και άλλες κρίσιμες πτυχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διεθνές επίπεδο. Η εκμάθηση τεχνικών στοχευμένης αναζήτησης, με τη χρήση λέξεων-κλειδιών όπως *actualité économique*, *marchés*

financiers, stratégies d'entreprise και commerce international, ενισχύει την ικανότητα των εκπαιδευομένων να βρίσκουν σχετικό και επίκαιρο υλικό. Παράλληλα, παρουσιάζεται η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων μέσω της εφαρμογής φίλτρων γλώσσας και θεματικής για την αποδοτικότερη πλοήγηση στο περιεχόμενο. Σημαντικό μέρος της υποεπένδυσης αφιερώνεται στην κατανόηση της επιχειρηματικής ορολογίας, η οποία περιλαμβάνει εξειδικευμένους όρους όπως chiffre d'affaires (κύκλος εργασιών), bilan comptable (λογιστικός ισολογισμός) και fusion-acquisition (συγχωνεύσεις και εξαγορές). Μέσω της ανάλυσης αυτών των όρων και της ερμηνείας αυθεντικών άρθρων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν τη γλωσσική τους επάρκεια και την ικανότητά τους να προσεγγίζουν πολύπλοκα οικονομικά ζητήματα με κριτική σκέψη. Επιπλέον, η ενασχόληση με ρεαλιστικά σενάρια προσομοιώνει καταστάσεις που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν στο πλαίσιο της επαγγελματικής τους ζωής.

2.4.Η.2 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ II

Η δεύτερη υποεπένδυση επικεντρώνεται στη μετάφραση άρθρων από τη διεθνή ειδησεογραφία σχετικά με επιχειρηματικά θέματα, από και προς τη γαλλική γλώσσα. Στόχος της είναι να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για τη σωστή μετάφραση επιχειρηματικών κειμένων, με εστίαση στην ακρίβεια, στην κατανόηση του οικονομικού λεξιλογίου και στις πολιτισμικές διαφορές που ενδέχεται να υπάρχουν μεταξύ των γλωσσών. Αρχικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη διαδικασία επιλογής κατάλληλων άρθρων από δημοφιλή διεθνή ειδησεογραφικά μέσα, καθώς και με την κατανόηση των επιχειρηματικών εννοιών και των γλωσσικών χαρακτηριστικών που απαιτούνται για τη μετάφραση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να αναγνωρίσουν την ορολογία που χρησιμοποιείται στα άρθρα και να τη μεταφέρουν κατάλληλα στη γαλλική γλώσσα, με ιδιαίτερη προσοχή στην ακρίβεια και στη σαφήνεια. Στη συνέχεια, μελετούν τις διαφορές στην ορολογία που χρησιμοποιείται σε επιχειρηματικά κείμενα μεταξύ των γλωσσών, όπως η χρήση της λέξης “stratégie” (στρατηγική) αντί για “plan d'action” (σχέδιο δράσης) ή η διάκριση μεταξύ “rentabilité” (αποδοτικότητα) και “profitabilité” (κερδοφορία), προκειμένου να αποφευχθούν λανθασμένες ή παραπλανητικές μεταφράσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο λεξιλόγιο και στην εμπορική ορολογία (terminologie commerciale), καθώς οι ακριβείς μεταφράσεις είναι καθοριστικές για την κατανόηση του κειμένου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εργάζονται σε ομάδες για να μεταφράσουν επιλεγμένα άρθρα και η υποεπένδυση ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των μεταφρασμένων άρθρων στην τάξη, ακολουθούμενη από συζήτηση και ανατροφοδότηση για τις επιλογές που έκαναν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ενισχύοντας τη δυνατότητά τους να προσαρμόζουν την προσέγγισή τους στις διαφορετικές ανάγκες των επαγγελματικών κειμένων.

2.4.H.3 | ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΑΝΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στη σύνταξη επαγγελματικών εγγράφων στον τομέα του διεθνούς εμπορίου στη γαλλική γλώσσα, με επίκεντρο τις αναφορές (rapports) και τις προσφορές (offres commerciales), οι οποίες αποτελούν βασικά εργαλεία επικοινωνίας με πελάτες/-ισσες και συνεργάτες/-ιδες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη δομή και τη διατύπωση τέτοιων εγγράφων, καθώς και με την κατάλληλη χρήση της γαλλικής επαγγελματικής ορολογίας. Όσον αφορά τις προσφορές, δίνεται έμφαση στη σαφή παρουσίαση των προϊόντων ή των υπηρεσιών, στη διατύπωση προτάσεων όπως “Nous vous adressons notre meilleure offre” (Σας υποβάλλουμε την καλύτερη δυνατή προσφορά μας) ή “Veuillez trouver ci-joint notre proposition” (Παρακαλούμε βρείτε συνημμένη την πρότασή μας) και στην οργάνωση των πληροφοριών σχετικά με τιμές (prix), εκπτώσεις (remises), προθεσμίες παράδοσης (délais de livraison) και όρους πληρωμής (conditions de paiement). Αναλύονται, επίσης, εκφράσεις που προσδίδουν επαγγελματικό ύφος, όπως “Conformément à votre demande” και “Nous restons à votre disposition pour toute précision”. Στο πλαίσιο της σύνταξης αναφορών, παρουσιάζονται η ορθή καταγραφή στοιχείων, η ανάλυση δεδομένων και η διατύπωση συστάσεων ή προτάσεων δράσης, όπως “Les données montrent une évolution positive...” ή “Nous suggérons une révision des termes actuels”. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην τυπικότητα του ύφους, στη σαφήνεια της έκφρασης και στη σωστή δομή του κειμένου. Μέσα από πρακτικές ασκήσεις, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη σύνταξη εγγράφων που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της γαλλόφωνης αγοράς, ενισχύοντας τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες στον τομέα του διεθνούς εμπορίου.

2.4.H.4 | ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Η τέταρτη υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τις βασικές αρχές και τεχνικές που σχετίζονται με την παρουσίαση επιχειρηματικών και εμπορικών προτάσεων, ενσωματώνοντας παράλληλα βασική γαλλική ορολογία του επιχειρηματικού κλάδου. Αρχικά, δίνεται έμφαση στην κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικής πρότασης (compréhension de la proposition commerciale), μιας ολοκληρωμένης, δηλαδή, πρότασης προς πελάτες/-ισσες ή επενδυτές/-τριες, με σκοπό την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η βασική δομή μιας αποτελεσματικής παρουσίασης (structure d'une présentation), ενώ παράλληλα οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με το απαραίτητο επαγγελματικό λεξιλόγιο (vocabulaire professionnel) και εξασκούνται σε τεχνικές πειθούς και επιχειρηματολογίας (techniques de persuasion et d'argumentation), απαραίτητες για τη διαμόρφωση ενός πειστικού επιχειρηματικού λόγου. Καθ' όλη τη διάρκεια της υποενότητας, χρησιμοποιούνται γαλλικές φράσεις, όπως “nous vous proposons une solution innovante” (Σας προτείνουμε μια καινοτόμο λύση), “notre objectif principal est de...” (Κύριος στόχος μας είναι...), καθώς και όροι όπως le marché cible (η αγορά-στόχος),

le plan d'affaires (το επιχειρηματικό πλάνο), la stratégie de marketing (η στρατηγική μάρκετινγκ) και les avantages concurrentiels (τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα). Μέσω βιωματικών δραστηριοτήτων, όπως προσομοιώσεις και ομαδικές παρουσιάσεις, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εφαρμόζουν στην πράξη τις γνώσεις τους σε ρεαλιστικά επαγγελματικά σενάρια. Στο τέλος της υποενοότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έχουν αποκτήσει την ικανότητα να παρουσιάζουν τις προτάσεις τους με σαφήνεια, επαγγελματισμό και αυτοπεποίθηση, αξιοποιώντας ταυτόχρονα βασική γαλλική ορολογία, χρήσιμη σε διεθνή και πολυγλωσσικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

2.4.H.5 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΔΕΛΤΙΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποενοότητα εστιάζεται στη δημιουργία και στη διανομή δελτίων Τύπου στη γαλλική γλώσσα, τα οποία αποτελούν ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο επικοινωνίας για τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Το δελτίο Τύπου (communiqué de presse) χρησιμοποιείται ευρέως για την επίσημη παρουσίαση προϊόντων, υπηρεσιών, γεγονότων ή αλλαγών εντός μιας επιχείρησης. Πρόκειται για ένα άμεσο, οικονομικό και ευέλικτο μέσο ενημέρωσης που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να απευθυνθούν αποτελεσματικά στους πελάτες, στους συνεργάτες και στο ευρύτερο κοινό. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα βασικά στοιχεία ενός επαγγελματικού δελτίου Τύπου, όπως τη δομή, τη γλώσσα, το ύφος, αλλά και τους τρόπους διανομής μέσω ψηφιακών καναλιών και κοινωνικών δικτύων. Αρχικά, γίνεται εισαγωγική συζήτηση για τον σκοπό των δελτίων Τύπου και τους στόχους που αυτά εξυπηρετούν. Έπειτα, μελετώνται αυθεντικά γαλλόφωνα παραδείγματα, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη σύνταξή τους. Έμφαση δίνεται στη διατύπωση ελκυστικών τίτλων, στην οργάνωση των πληροφοριών και στη χρήση οπτικών στοιχείων, όπως οι φωτογραφίες, τα γραφικά και τα λογότυπα. Στη συνέχεια, δουλεύοντας σε μικρές ομάδες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλαμβάνουν να δημιουργήσουν το δικό τους δελτίο Τύπου για μια φανταστική ή πραγματική υπηρεσία. Κάθε μέλος συνεισφέρει στη συγγραφή συγκεκριμένων ενοτήτων, ενισχύοντας τη συνεργασία και τη δημιουργικότητα. Η διαδικασία ολοκληρώνεται με παρουσιάσεις στην τάξη και ανατροφοδότηση, με σκοπό την ανάπτυξη επαγγελματικών, γλωσσικών και κοινωνικών δεξιοτήτων στη γαλλική γλώσσα.

2.4.H.6 | ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η εργασία και η επαγγελματική ανάπτυξη αποτελούν κρίσιμα θέματα για κάθε υποψήφιο/-α που επιθυμεί να διαπρέψει στον επαγγελματικό στίβο, ιδιαίτερα στον τομέα του διεθνούς εμπορίου. Στην παρούσα μαθησιακή υποενοότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τρόπους αναζήτησης επαγγελματικών ευκαιριών στη γαλλόφωνη αγορά εργασίας, ενώ παράλληλα αναπτύσσουν το προσωπικό τους βιογραφικό σημείωμα (CV) και τη συνοδευτική επιστολή (lettre de motivation) στη γαλλική γλώσσα. Η ενότητα ξεκινά με εισαγωγή στις βασικές αρχές συγγραφής βιογραφικού, προσαρμοσμένου στις απαιτήσεις του τομέα του διεθνούς εμπορίου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνε-

ται στην προβολή των δεξιοτήτων, της επαγγελματικής εμπειρίας και των επιτευγμάτων των εκπαιδευομένων, με τρόπο σαφή, συνοπτικό και ελκυστικό. Η συνοδευτική επιστολή βοηθά στην παρουσίαση της προσωπικότητας, των επαγγελματικών στόχων και της καταλληλότητας του/της κάθε υποψηφίου/-ας για τη θέση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη χρήση εξειδικευμένου λεξιλογίου, με σκοπό την ενίσχυση των γλωσσικών τους δεξιοτήτων στη γαλλική γλώσσα. Παράλληλα, εξασκούνται στην αναζήτηση ευκαιριών εργασίας μέσω γαλλικών ιστοσελίδων και επαγγελματικών δικτύων, μαθαίνοντας να αξιοποιούν τις διαθέσιμες ψηφιακές πλατφόρμες. Τέλος, μέσω δραστηριοτήτων προσομοίωσης συνεντεύξεων (jeux de rôle), προετοιμάζονται για μια πιθανή επαγγελματική συνέντευξη στα γαλλικά, εξασκώντας την προφορική τους επικοινωνία και την αυτοπεποίθησή τους. Η υποενότητα στοχεύει να τους/τις εφοδιάσει με τα απαραίτητα εργαλεία, ώστε να διεκδικήσουν θέσεις εργασίας στο εξωτερικό, ενισχύοντας τη γλωσσική και επαγγελματική τους αυτονομία.

2.4.H.7 | ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα επικεντρώνεται στην εξειδίκευση των εκπαιδευομένων σε θέματα διαδικτυακής προβολής και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω της χρήσης της γαλλικής γλώσσας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκπαιδεύονται στην εφαρμογή στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ και διαφήμισης στον εμπορικό τομέα, με εστίαση παράλληλα στη γλωσσική ενδυνάμωση μέσα από την εξοικείωση με τη γαλλική ορολογία και τη σύγκρισή της με την ελληνική. Η υποενότητα εξετάζει τις βασικές αρχές του ηλεκτρονικού εμπορίου και της προώθησης μέσω αυτού, με έμφαση στις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την ανάδειξη προϊόντων στο Διαδίκτυο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν αυθεντικά γαλλικά κείμενα και αναλύουν τη λειτουργία των τεσσάρων βασικών στοιχείων του μίγματος μάρκετινγκ: προϊόν (produit), τιμή (prix), διανομή (distribution) και προώθηση (promotion). Αναλύονται, στη συνέχεια, η συμβολή των καταναλωτών στη διαμόρφωση του περιεχομένου (médias générés par les consommateurs) και η ενίσχυση του διαφημιστικού μηνύματος από το ίδιο το κοινό (médias renforcés par les consommateurs). Κρίσιμες έννοιες όπως “image de marque”, “avantage concurrentiel”, “publicité participative” και “responsabilité sociétale des entreprises” συζητούνται αναλυτικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους σε ένα εκπαιδευτικό σενάριο, προτείνοντας υπεύθυνες στρατηγικές ψηφιακής προβολής για ένα προϊόν της επιλογής τους. Η υποενότητα αυτή συνδυάζει θεωρία και πράξη, αναπτύσσοντας τόσο τις γλωσσικές όσο και τις επαγγελματικές δεξιότητες των εκπαιδευομένων, με στόχο την επιτυχή δραστηριοποίησή τους στο σύγχρονο, ψηφιακό, γαλλόφωνο εμπόριο.

2.4.H.8 | ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ

Η τελευταία υποενότητα έχει ως στόχο την ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με την αποτελεσματική διαπραγμάτευση και την επιτυχημένη επιχειρηματική συνεργα-

σία στον γαλλόφωνο εμπορικό χώρο. Κατά τη διάρκεια της υποεπένδυσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις βασικές αρχές και τα στάδια της διαπραγματεύσεως, δίνοντας έμφαση στην προετοιμασία, στην παρουσίαση επιχειρημάτων, στην ευελιξία και στην επίτευξη συμφερουσών συμφωνιών για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Αναλύουν τις ανάγκες, τα συμφέροντα και τις προσδοκίες των συνομιλητών τους, καθώς και τους τρόπους διαχείρισης πιθανών εντάσεων ή αντιπαραθέσεων που ενδέχεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια των διαπραγματεύσεων. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην ανάπτυξη επικοινωνιακών στρατηγικών και στην καλλιέργεια της αυτοπεποίθησης, προκειμένου οι συμμετέχοντες/-ουσες να μπορούν να προωθούν τα επαγγελματικά τους συμφέροντα με σαφήνεια και σεβασμό. Η υποεπένδυση περιλαμβάνει πρακτικά σενάρια προσομοίωσης (*jeux de rôle*), μέσα από τα οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες έχουν την ευκαιρία να εφαρμόσουν στην πράξη τις στρατηγικές που μελετούν, να αναπτύξουν διαπραγματευτικές τεχνικές και να αναστοχαστούν πάνω στις επιλογές τους. Επιπλέον, διερευνάται η σημασία της διαπολιτισμικής ευαισθησίας, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για διαπραγματεύσεις με εκπροσώπους από διαφορετικές κουλτούρες. Αναλύονται έννοιες όπως η πολυπολιτισμικότητα (*multiculturalisme*), η διαπολιτισμικότητα (*interculturalisme*), η αφομοίωση (*assimilation*) και η ένταξη (*intégration*), καθώς και ζητήματα όπως η πολιτισμική ευαισθησία, η ασυνείδητη προκατάληψη και η γλώσσα χωρίς αποκλεισμούς, ώστε να βοηθηθούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες στην αντιμετώπιση ζητημάτων διαφορετικότητας και ένταξης, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την ικανότητά τους να διαχειρίζονται επαγγελματικές συζητήσεις με στρατηγική σκέψη, διαπολιτισμική επίγνωση και γλωσσική επάρκεια στη γαλλική γλώσσα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Siréjols, E. & Tempesta, G. (2020). *Pratique grammaire A1/A2: 640 exercices avec règles, corrigés inclus*. Paris: CLE International.
2. Jégou, D. & Rosillo, M. P. (2025). *Quartier d'affaires – Niveau A1 – Livre de l'élève* (2e édition). Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Penfornis, J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires- Niveau intermédiaire*. Paris: CLE International.
2. Penfornis, J.-L. (2002). *Français.com: Méthode de français professionnel et des affaires*. Paris: CLE International.

3 | Διδακτική μεθοδολογία

Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών συναντήσεων, αξιοποιείται η συμμετοχική ή/και η βιωματική διδασκαλία. Έχοντας ως σημείο εκκίνησης τις βασικές αρχές εκπαίδευσης ενηλίκων, αλλά και τη σύνδεση της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας, η εκπαίδευση έχει ένα διπλό σημείο αναφοράς: την ενεργή ανταπόκριση στις μαθησιακές ανάγκες της συγκεκριμένης κάθε φορά ομάδας εκπαιδευομένων και τις ανάγκες που προκύπτουν στο περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια οργανώνει και καθοδηγεί την εκπαιδευτική πράξη, επιλύει τυχόν προβλήματα, υποστηρίζει, ανατροφοδοτεί και ενδυναμώνει τους/τις εκπαιδευομένους/-ες. Διαμεσολαβεί, διευκολύνει και ενισχύει τη διαδικασία μάθησης, σε ομαδικό και σε ατομικό επίπεδο, συνδέοντας την κατάρτιση με τον κόσμο της εργασίας.

Η συμμετοχική και βιωματική εκπαίδευση διαμορφώνει ένα δημιουργικό περιβάλλον μάθησης και ενισχύει την αλληλεπίδραση εκπαιδευτή/-τριας και εκπαιδευομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν αντιληπτές, αλλά και να αξιοποιηθούν στην εκπαιδευτική διαδικασία οι ανάγκες, οι ιδιαιτερότητες, οι δυνατότητες, οι γνώσεις, οι δεξιότητες και οι εμπειρίες της συγκεκριμένης ομάδας των καταρτιζομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν πρακτικές και ρεαλιστικές συνδέσεις με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Την υποστήριξη ενός αλληλεπιδραστικού περιβάλλοντος μάθησης ενισχύει η χρήση σύντομων εμπλουτισμένων εισηγήσεων και η συχνή εφαρμογή συμμετοχικών εκπαιδευτικών τεχνικών και μέσων. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι η ενίσχυση της συμμετοχής των καταρτιζομένων υποβοηθείται ενεργά με την αξιοποίηση απλών τεχνικών όπως είναι ο καταιγισμός ιδεών, οι ερωτήσεις και απαντήσεις ή η συζήτηση, οι ατομικές ή/και ομαδικές ασκήσεις εφαρμογής ή επίλυσης προβλήματος, η προσομοίωση, η εργασία σε ομάδες, η μελέτη της εκάστοτε περίπτωσης. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αξιοποιούν τις παραπάνω ή ανάλογες εκπαιδευτικές τεχνικές αντλούν τα θέματά τους από τη θεματολογία της κάθε μαθησιακής ενότητας και τα σχετικά ζητήματα που συνδέονται με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας.

Η εκπαίδευση σε συγκεκριμένες –ατομικές ή/και ομαδικές– δραστηριότητες μέσα στην τάξη και στα εργαστήρια προετοιμάζει τα μέλη της ομάδας για τη συμμετοχή τους στην πρακτική άσκηση/μαθητεία. Η σταδιακή εξειδίκευση της γνώσης, η ανάπτυξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων/ικανοτήτων, καθώς και η καλλιέργεια κατάλληλων στάσεων και συμπεριφορών σε κρίσιμα ζητήματα δεοντολογίας, υγείας και ασφάλειας κ.λπ. προετοιμάζουν τη συγκεκριμένη κάθε φορά ομάδα εκπαιδευομένων για τα επόμενα βήματα. Το πρόγραμμα κατάρτισης συνδυάζει την απόκτηση θεωρητικών γνώσεων με την ανάπτυξη αναγκαίων πρακτικών δεξιοτήτων για την αποτελεσματική άσκηση του επαγγέλματος.

Σε ανάλογη κατεύθυνση, στο πλαίσιο της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας, δίνεται και η δυνατότητα ανάπτυξης διαθεματικών προγραμμάτων/σχεδίων δραστηριοτήτων (projects), με σύγχρονη εφαρμογή διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων και θεματικών. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες μπορούν να αναπτύσσονται σε μεγαλύτερη ή μικρότερη χρονική έκταση και να συμπεριλαμβάνουν, ενδεικτικά, επισκέψεις σε χώρους εργασίας και εγκαταστάσεις παραγωγής, συναντήσεις με έμπειρους επαγγελματίες της ειδικότητας ή ειδικούς του συγκεκριμένου παραγωγικού τομέα και κλάδου, υλοποίηση ομαδικών εργασιών με συνδυασμό διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων, υπό την καθοδήγηση ομάδας εκπαιδευτών/-τριών ή ακόμη και η δημιουργία ομάδων εκπαιδευομένων με στόχο την αμοιβαία άσκηση, μελέτη και αλληλοδιδασκαλία. Το σύνολο των παραπάνω δραστηριοτήτων μπορεί να αξιοποιηθεί και αυτόνομα, ανεξάρτητα δηλαδή από την υλοποίηση ενός συνολικότερου project.

Η ανάπτυξη συνεργατικού κλίματος μεταξύ των εκπαιδευομένων και η καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης με τους/τις εκπαιδευτές/-τριες συντελούν στη δημιουργία μιας *κοινότητας μάθησης*, η οποία μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντική για την ενίσχυση των διεργασιών μάθησης τόσο κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας όσο και μετά από αυτήν, σε περιόδους μελέτης ή/και προετοιμασίας για τις διαδικασίες αξιολόγησης/πιστοποίησης των γνώσεων και δεξιοτήτων που έχουν αποκτηθεί.

Η ενίσχυση της συνεργασίας και της δημιουργίας μιας κοινότητας μάθησης είναι δυνατόν να επηρεάσει και τον τρόπο μελέτης των εκπαιδευομένων προς μια πιο ενεργητική, δημιουργική στάση διερεύνησης και εξοικείωσης με τη γνώση. Η τήρηση προσωπικών σημειώσεων και η ανταλλαγή τους μεταξύ των εκπαιδευομένων, η μελέτη πρόσθετων βιβλιογραφικών –ελληνόφωνων και ξενόγλωσσων– πηγών, η αναζήτηση συμπληρωματικών ερεθισμάτων στο ευρύτερο κοινωνικό και επαγγελματικό περιβάλλον (παρακολούθηση οπτικοακουστικού υλικού και επαγγελματικών περιοδικών, της εξέλιξης θεσμικού πλαισίου κ.λπ.), σχετικών με την επαγγελματική ειδικότητα, είναι δυνατόν να αποτελέσουν σημαντικά συστατικά για τη διαμόρφωση μιας ισχυρής σχέσης με την εξειδικευμένη επαγγελματική γνώση και τις δεξιότητες που απαιτεί το επάγγελμα.

Η παρακολούθηση ενός εντατικού προγράμματος κατάρτισης μεγάλης διάρκειας αναγκαστικά επιφέρει αλλαγές στην καθημερινότητα των εκπαιδευομένων. Η αποδοτική διαχείριση του καθημερινού χρόνου απαιτεί προσωπικό προγραμματισμό και φροντίδα. Η συστηματική πρόβλεψη ενός χρονικού διαστήματος μελέτης, καθημερινά, όπως και η τήρηση ενός ημερολογίου μάθησης όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα καταγράφουν την καθημερινή τους πρόοδο και ενδεχομένως θα σημειώνουν και ερωτήματα ή παρατηρήσεις, σχετικά με την κάθε μαθησιακή ενότητα, μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες και πολύ δημιουργικές πρακτικές ενίσχυσης των διαδικασιών μάθησης.

Η φοίτηση στη Σχολή Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης είναι περίοδος διαμόρφωσης μιας μελλοντικής επαγγελματικής ταυτότητας. Είναι η αρχή μιας νέας προσωπικής ιστορίας και μιας διαρκούς εξέλιξης μπροστά σε απαιτήσεις και αναγκαιότητες που χαρακτηρίζουν την κάθε επαγγελματική ειδικότητα. Είναι η ευκαιρία διασύνδεσης του/της κάθε εκπαιδευομένου/-ης με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις που είναι κοινές στην επαγγελματική κοινότητα στην οποία σταδιακά θα ενταχθεί.

4 | Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης

Για την προστασία των καταρτιζομένων, τόσο στην αίθουσα διδασκαλίας και στους εργαστηριακούς χώρους της ΣΑΕΚ όσο και στις επιχειρήσεις που επισκέπτονται για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης/μαθητείας, τηρούνται όλες οι προβλεπόμενες διατάξεις για τους κανόνες υγείας και ασφάλειας στην ειδικότητα και στο επάγγελμα, αλλά και ευρύτερα, όπως προβλέπονται ιδίως από:

- Τον κώδικα νόμων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων (βλ. Ν. 3850/2010), όπως ισχύει,
- Τις διατάξεις του κτιριοδομικού κανονισμού (βλ. ΠΔ 3046/304/1989, ΦΕΚ 59/Δ/3-2-1989), όπως ισχύει,
- Τον κανονισμό λειτουργίας των εργαστηριακών κέντρων (ΦΕΚ 1318/Β/2015), όπως ισχύει,
- Το ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021, Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484 με θέμα την «Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων», όπως ισχύει,
- Το ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021, Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. ΦΒ7/108652/Κ3, με θέμα το «Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας», όπως ισχύει.

Παρακάτω παρατίθενται οι βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας, καθώς και ο σχετικός αναγκαίος ατομικός εξοπλισμός για τις συνθήκες άσκησης της ειδικότητας:

4.1 • Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας

- Ύπαρξη αντισηπτικού σε εμφανές σημείο του εργαστηρίου, κατά προτίμηση δίπλα στην είσοδο,
- Τήρηση προσωπικών κανόνων υγιεινής,
- Αερισμός του χώρου με τη χρήση εξαερισμού ή με την ύπαρξη παραθύρων,
- Απαγόρευση καφέ, αναψυκτικών και άλλου είδους ποτών, εκτός εμφιαλωμένου νερού με καπάκι, σε χώρους εργαστηρίου,
- Καρέκλες που υποστηρίζουν τη σωστή θέση εργασίας στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και διαθέτουν ευστάθεια και ρυθμιζόμενη πλάτη,
- Οθόνες με χαμηλή εκπομπή ακτινοβολίας,
- Ηλεκτρονικοί υπολογιστές με χαμηλή εκπομπή θορύβου,
- Επιφάνειες εργασίας με κατάλληλο ύψος, επαρκείς διαστάσεις και χαμηλή αντανάκλαστικότητα,
- Αερισμός της εργαστηριακής αίθουσας σε όλα τα διαλείμματα,
- Συχνός καθαρισμός της αίθουσας εργαστηρίου,

- Θερμοκρασία και υγρασία στα προβλεπόμενα επίπεδα,
- Τακτική απολύμανση της αίθουσας εργαστηρίου,
- Σχέδιο διαφυγής σε εμφανές σημείο, καθώς και φωτισμός έκτακτης ανάγκης σε περίπτωση κρίσιμου γεγονότος,
- Ύπαρξη εξόδου κινδύνου σε περίπτωση κρίσιμου γεγονότος,
- Ύπαρξη κυτίου πρώτων βοηθειών εντός της αίθουσας,
- Δυνατότητα πρόσβασης ατόμων με αναπηρία,
- Ύπαρξη μέσων πυρασφάλειας και σύντομων οδηγιών χρήσης τους,
- Θύρες των οδών διαφυγής που ανοίγουν προς τα έξω.

4.2 • Μέσα ατομικής προστασίας και υγιεινής

- Τήρηση προσωπικών κανόνων υγιεινής,
- Συχνό πλύσιμο χεριών,
- Ψυχραιμία σε περίπτωση έκτακτου συμβάντος και τήρηση του σχεδίου διαφυγής χωρίς πανικό,
- Χρήση αντισηπτικού,
- Χρήση ιατρικής μάσκας όταν αυτή είναι υποχρεωτική.



Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης

1 | Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση συνδέεται άρρηκτα με τη θεωρητική κατάρτιση, αφού κατά τη διάρκεια της οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες ανακαλούν τη θεωρητική και εργαστηριακή γνώση για να την εφαρμόσουν στην πράξη και να αντεπεξέλθουν στις εργασίες που τους ανατίθενται. Καλούνται να αναλάβουν συγκεκριμένα καθήκοντα και να δώσουν λύση σε πρακτικά προβλήματα που ανακύπτουν, υπό την εποπτεία των εκπαιδευτών/-τριών. Έτσι, ο θεσμός της πρακτικής άσκησης στοχεύει στην ανάπτυξη επαγγελματικών ικανοτήτων/δεξιοτήτων σχετικών με την ειδικότητα, στην ενίσχυση της επαφής με τον εργασιακό χώρο και την προετοιμασία των εκπαιδευομένων για την παραγωγική διαδικασία, μέσω της απόκτησης εμπειριών ιδιαίτερα χρήσιμων για τη μετέπειτα επαγγελματική τους πορεία.

Αναλυτικότερα, η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες των ΣΑΕΚ και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης (Άρθρο 27 του Ν. 4763/2020 για το Εθνικό Σύστημα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης).

Στη συνέχεια, αναφέρονται χρήσιμες πληροφορίες για τον θεσμό της πρακτικής άσκησης, όπως περιγράφονται στη σχετική νομοθεσία³, και αφορούν τις βασικές προϋποθέσεις, τον τρόπο και τους όρους υλοποίησής της.

Διάρκεια πρακτικής άσκησης

Η συνολική διάρκεια της περιόδου πρακτικής άσκησης είναι εννιακόσιες εξήντα (960) ώρες. Οι ώρες πρακτικής ανά ημέρα καθορίζονται σε τέσσερις (4) έως οκτώ (8), ανάλογα με τη φύση και το αντικείμενο της ειδικότητας κατάρτισης του/της ασκούμενου/-ης. Δεν επιτρέπεται η υπέρβαση του ημερήσιου ωραρίου πέραν των ωρών που ορίζονται στην ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης.

3 Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο Μέρος Δ΄ του εκπαιδευτικού εγχειριδίου και που αφορούν τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, τους όρους υλοποίησης, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των πρακτικά ασκούμενων προέρχονται από το ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484. Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Όροι υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση δύναται να πραγματοποιείται σε θέσεις που προσφέρονται από φυσικά πρόσωπα, ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ, δημόσιες υπηρεσίες, ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού και επιχειρήσεις. Εξαιρούνται:

- α) Φορείς προσωρινής απασχόλησης
- β) Νυχτερινά κέντρα
- γ) Φορείς παροχής καθαριότητας και φύλαξης
- δ) Πρακτορεία τυχερών παιχνιδιών
- ε) Κάθε επιχείρηση στην οποία δεν είναι εφικτός ο έλεγχος της εκπαίδευσης από τον αρμόδιο φορέα.

Ο/Η εκπαιδευόμενος/-η ΣΑΕΚ, προκειμένου να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση, υπογράφει ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης με τον/την εργοδότη/-τρια, η οποία θεωρείται από τη ΣΑΕΚ φοίτηση. Η ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης δεν συνιστά σύμβαση εξαρτημένης εργασίας.

Βασικός συντελεστής για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης είναι και ο/η εκπαιδευτής/-τρια της επιχείρησης ή υπηρεσίας, ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την παρακολούθηση και υποστήριξη των ασκουμένων. Σε αυτή την κατεύθυνση, ο/η εργοδότης/-τρια ορίζει έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με αυτήν του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης ως «εκπαιδευτή στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας και την παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης.

Η παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης γίνεται μέσω του βιβλίου πρακτικής άσκησης. Αναλυτικότερα, σε αυτό καταγράφει ο/η ίδιος/-α ο/η ασκούμενος/-η κατά εβδομάδα τις εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκε, αλλά και τα καθήκοντα που του/της ανατέθηκαν στον χώρο πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης. Κάθε εβδομαδιαία καταχώρηση ελέγχεται και υπογράφεται από τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας.

2 | Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η

2.1 • Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευομένους/-ες των Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση της Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Για την έναρξη της πρακτικής άσκησης στην ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου», οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να έχουν συμπληρώσει το εξάμηνο Δ' φοίτησης στις ΣΑΕΚ. Στην περίπτωση αυτή, μπορούν πλέον να τοποθετηθούν σε θέση πρακτικής άσκησης της ειδικότητάς τους.

2.2 • Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης

Βασική προϋπόθεση για την επιτυχή υλοποίηση ενός προγράμματος πρακτικής άσκησης είναι η γνώση και η εφαρμογή των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων κάθε εμπλεκόμενου μέλους όπως ορίζονται στην εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. Στη συνέχεια, παρατίθενται κάποια δικαιώματα και υποχρεώσεις των πρακτικά ασκουμένων.

Δικαιώματα πρακτικά ασκουμένων

1. Τμηματική ή συνεχόμενη υλοποίηση της πρακτικής άσκησης,
2. Δυνατότητα αποζημίωσης, η οποία ορίζεται στο 80% του νόμιμου, νομοθετημένου, κατώτατου ορίου του ημερομισθίου του ανειδίκευτου εργάτη, ή όπως αυτό διαμορφώνεται από το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων ή αναλογικά, αν η ημερήσια διάρκεια της πρακτικής είναι μικρότερη των οκτώ (8) ωρών. Η αποζημίωση καταβάλλεται στον/στην πρακτικά ασκούμενο/-η μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης. Σε περίπτωση μη δυνατότητας χρηματοδότησης της αποζημίωσης της πρακτικής άσκησης, δεν υφίσταται η υποχρέωση αποζημίωσής της, παρά μόνο η υποχρέωση του/της εργοδότη/-τριας να αποδίδει τις προβλεπόμενες ασφαλιστικές εισφορές,
3. Υπαγωγή στην ασφάλιση του e-ΕΦΚΑ (πρώην ΙΚΑ-ΕΤΑΜ) για τον κλάδο του ατυχήματος. Για την ασφάλισή του/της καταβάλλονται οι προβλεπόμενες από την παρ. 1 του άρθρου 10 του Ν. 2217/1994 (Α' 83) ασφαλιστικές εισφορές, οι οποίες βαρύνουν το φυσικό ή νομικό πρόσωπο (εργοδότης/-τρια) στο οποίο υλοποιείται η πρακτική άσκηση,

4. Δικαίωμα αναφοράς στη ΣΑΕΚ της μη τήρησης των όρων πρακτικής άσκησης,
5. Δικαίωμα διακοπής πρακτικής άσκησης βάσει τεκμηρίωσης και σχετική δήλωση στη ΣΑΕΚ εποπτείας,
6. Αλλαγή εργοδότη/-τριας, εφόσον συντρέχει τεκμηριωμένος σοβαρότατος λόγος.
7. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες δεν απασχολούνται την Κυριακή και τις επίσημες αργίες.

Υποχρεώσεις πρακτικά ασκουμένων

1. Τήρηση του ημερήσιου ωραρίου πρακτικής άσκησης, όπως ορίζεται στην ειδική σύμβαση.
2. Τήρηση των όρων υγείας και ασφάλειας του/της εργοδότη/-τριας.
3. Σεβασμός της κινητής και ακίνητης περιουσίας του/της εργοδότη/-τριας.
4. Αρμονική συνεργασία με τα στελέχη του/της εργοδότη/-τριας.
5. Προσκόμιση, όπου απαιτείται, όλων των απαραίτητων ιατρικών βεβαιώσεων για την εξάσκηση του επαγγέλματος.
6. Προσκόμιση στη ΣΑΕΚ των απαραίτητων δικαιολογητικών, πριν από την έναρξη και μετά τη λήξη της πρακτικής άσκησης, αλλά και σε περίπτωση διακοπής της.
7. Ενημέρωση, σε περίπτωση απουσίας του/της ασκούμενου/-ης, της επιχείρησης και της ΣΑΕΚ εποπτείας.
8. Τήρηση βιβλίου πρακτικής άσκησης, το οποίο διατίθεται από τη ΣΑΕΚ και στο οποίο αναγράφονται από τους/τις ασκούμενους/-ες κατά εβδομάδα οι εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκαν και τα καθήκοντα που τους ανατέθηκαν στον χώρο πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης.
9. Προσκόμιση στο τέλος κάθε μήνα στη ΣΑΕΚ φοίτησης ή εποπτείας της πρακτικής άσκησης του βιβλίου πρακτικής άσκησης για σχετικό έλεγχο.
10. Υποβολή, μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης, του βιβλίου πρακτικής άσκησης στη ΣΑΕΚ φοίτησης, συμπληρωμένου με τις εβδομαδιαίες εκθέσεις, τον χρόνο και το αντικείμενο απασχόλησης, τις ημέρες απουσίας και την επίδοσή του/της πρακτικά ασκούμενου/-ης. Υποβολή του εντύπου λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) της πρακτικής άσκησης, συμπληρωμένου, υπογεγραμμένου και σφραγισμένου από τον/την εργοδότη/-τρια-νόμιμο/-η εκπρόσωπο του φορέα απασχόλησης, στο οποίο βεβαιώνεται ότι ο/η εκπαιδευόμενος/-η πραγματοποίησε την πρακτική άσκηση στην επιχείρηση/οργανισμό, καθώς και το χρονικό διάστημα αυτής.
11. Άμεση ενημέρωση της ΣΑΕΚ φοίτησης από τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η σε περίπτωση διακοπής της πρακτικής άσκησης και προσκόμιση του βιβλίου πρακτικής άσκησης και του εντύπου λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) με τις ημέρες πρακτικής άσκησης που έχουν πραγματοποιηθεί. Για να συνεχίσει ο/η εκπαιδευόμενος/-η την πρακτική άσκηση, για το υπόλοιπο του προβλεπόμενου διαστήματος, στον ίδιο ή σε άλλο φορέα απασχόλησης (εργοδότη/-τρια), θα πρέπει να ακολου-

θηθεί εκ νέου η διαδικασία έναρξης πρακτικής άσκησης. Αν η διακοπή της πρακτικής άσκησης γίνει από τον/την εργοδότη/-τρια, τότε οφείλει ο/η τελευταίος/-α να ενημερώσει άμεσα τη ΣΑΕΚ φοίτησης του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης.

2.3 • Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Κάθε πρακτικά ασκούμενος/-η πραγματοποιεί την πρακτική άσκηση σε τμήματα των φορέων απασχόλησης αντίστοιχα προς την ειδικότητά του/της, με την εποπτεία υπεύθυνου/-ης του φορέα, ειδικότητας αντίστοιχης με το αντικείμενο κατάρτισής του/της.

Ειδικότερα, στην ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» οι εκπαιδευόμενοι/-ες πραγματοποιούν πρακτική άσκηση σε τομείς που σχετίζονται με την ευρύτερη εμπορική, εισαγωγική και εξαγωγική δραστηριότητα, σε φορείς/επιχειρήσεις, όπως μονάδες του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα που ασχολούνται με εισαγωγές, εξαγωγές, μεταφορές, ηλεκτρονικό εμπόριο και παροχή υπηρεσιών (διαμετακόμισης, τραπεζικών εργασιών, ασφαλίσεων, εξωτερικής ανάθεσης, εκπροσώπησης στο εξωτερικό), και απασχολούνται ως υπάλληλοι παροχής εμπορικών και οικονομικών υπηρεσιών.

3 | Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης

Ο/Η εργοδότης/-τρια της επιχείρησης που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης ορίζει ένα έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με αυτήν του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης ως «εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας, την παρακολούθηση της προόδου των πρακτικά ασκουμένων και την ανατροφοδότηση των υπεύθυνων εκπαιδευτών/-τριών στην εκπαιδευτική δομή.

Αναλυτικότερα, ο/η εκπαιδευτής/-τρια είναι το συνδετικό πρόσωπο του/της εργοδότη/-τριας της επιχείρησης με την εκπαιδευτική δομή (ΣΑΕΚ) και, κατά συνέπεια, έχει συνεχή συνεργασία με αυτήν. Επιπλέον, ο ρόλος του/της αφορά την παροχή συμβουλών, πληροφοριών ή καθοδήγησης, καθώς πρόκειται για ένα άτομο με χρήσιμη εμπειρία, δεξιότητες και εξειδίκευση, το οποίο υποστηρίζει την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη των πρακτικά ασκουμένων.

4 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης

Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης επιδιώκεται η αναβάθμιση των γνώσεων, των επαγγελματικών δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των σπουδαστών/-τριών ΣΑΕΚ, με αποτέλεσμα την ομαλή μετάβασή τους από την αίθουσα κατάρτισης στον χώρο εργασίας και μάλιστα υπό πραγματικές εργασιακές συνθήκες. Στο πλαίσιο αυτής της μετάβασης και της ομαλής ένταξης, οι ασκούμενοι/-ες στην πρακτική άσκηση καλούνται να καλλιεργήσουν όχι μόνο επαγγελματικές δεξιότητες που αφορούν την ειδικότητα και δεν εξαντλούνται στο πλαίσιο της αίθουσας κατάρτισης, αλλά και οριζόντιες δεξιότητες που ενισχύουν την επαγγελματική τους συμπεριφορά και καλλιεργούν την περιβαλλοντική και την επιχειρηματική κουλτούρα. Έτσι, η πρακτική άσκηση αποτελεί ένα προπαρασκευαστικό στάδιο κατά το οποίο αναβαθμίζονται οι γενικές και ειδικές γνώσεις, συντελούνται σημαντικές διεργασίες επαγγελματικού προσανατολισμού και διευκολύνεται η επαγγελματική ανάπτυξη του ατόμου.

Αναλυτικότερα, κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης δίνεται η δυνατότητα στον/στην ασκούμενο/-η να ασκηθεί στις εργασίες που απορρέουν από τα επιμέρους μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα. Η άσκηση μπορεί να επιτευχθεί μέσω της παρατήρησης της εργασίας, της συμμετοχής σε ομάδα εκτέλεσης της εργασίας, της καθοδηγούμενης εργασίας ή της δοκιμής/αυτόνομης εκτέλεσης της εργασίας από τον/την ασκούμενο/-η.

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης για την ειδικότητα «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου» και οι αντίστοιχες ενδεικτικές εργασίες και ειδικές προδιαγραφές ανά ενότητα κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης. Επισημαίνεται ότι οι εν λόγω εργασίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους/τις πρακτικά ασκούμενους/-ες για τη συμπλήρωση του βιβλίου πρακτικής άσκησης.

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Α. «Διαχείριση εργαλείων διεθνούς μάρκετινγκ»	• Εποπτεία του εμπορικού χώρου, συλλέγοντας πληροφορίες από το εξωτερικό και διασφαλίζοντας την αξιοπιστία και την καταλληλότητά τους, • Ανάλυση εμπορικών πληροφοριών, • Προσδιορισμός νομοθετικών περιορισμών στις ξένες αγορές, • Επεξεργασία της συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση μελετών σε υπεργολαβία και διασφάλιση της παρακολούθησης της εφαρμογής τους, • Διατύπωση συστάσεων για τον καθορισμό ενός λειτουργικού σχεδίου δράσης σύμφωνου με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης και με τα συμπεράσματα της διαγνωστικής ανάλυσης της ξένης αγοράς, • Εντοπισμός των δυνατοτήτων και των απειλών του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, • Χρήση κατάλληλων τεχνικών για τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης, • Οργάνωση και αξιολόγηση της διαδικασίας συλλογής και επεξεργασίας των πληροφοριών, • Χρήση και ενημέρωση μιας βάσης δεδομένων εμπορικών επαφών, • Τακτική ενημέρωση και εμπλουτισμός του συστήματος εμπορικής πληροφόρησης.	• Δραστηριότητα του φορέα σε διεθνείς αγορές.

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Β. «Εφαρμογή διεθνών οικονομικών και νομικών αρχών»	• Αναγνώριση και ερμηνεία της οικονομικής ορολογίας, • Αποσαφήνιση και διατύπωση οικονομικών εννοιών βάσει των θεωριών, • Διερεύνηση της χρήσης οικονομικών στοιχείων (κείμενα, διαγράμματα, πίνακες), • Κατανόηση των λειτουργιών της οικονομίας και αντίληψη της σημασίας της χρηματοδότησης, • Ερμηνεία των διεθνών οικονομικών σχέσεων μεταξύ κρατών και επιχειρήσεων, • Ανάλυση της οικονομικής κατάστασης ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος, • Αναγνώριση των νομικών αρχών που στηρίζουν την οικονομική δραστηριότητα, • Συσχέτιση της αλληλεξάρτησης μεταξύ του δικαίου και της οικονομίας.	• Δυνατότητα συνεργασίας με το τμήμα νομικής υποστήριξης και οικονομικού προγραμματισμού.
Γ. «Διαχείριση εξαγωγικών ενεργειών» συνέχεια >>	• Προσδιορισμός και επιλογή πελατών με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των ξένων αγορών, • Αξιολόγηση των δυνατοτήτων των υφιστάμενων πελατών, • Οργάνωση των μεθόδων διασφάλισης νέων πελατών και επικοινωνίας με πιθανούς πελάτες, • Δημιουργία, διαχείριση και ενημέρωση ενός επαρκούς και πολυπολιτισμικού δικτύου επαφών, • Σύνταξη προσαρμοσμένης προσφοράς,	• Δραστηριότητες εισαγωγών και εξαγωγών σε διεθνείς αγορές.

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνεχία Γ. «Διαχείριση εξαγωγικών ενεργειών»	• Προετοιμασία και οργάνωση πρότασης αξίας, • Ανάλυση, αξιολόγηση και παρακολούθηση των μεθόδων διασφάλισης πιθανών πελατών, • Ανάδειξη του σημαντικού ρόλου των λογισμικών διαχείρισης πελατειακών σχέσεων, • Αναγνώριση των χαρακτηριστικών της διαπροσωπικής επικοινωνίας (λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία, συνάφεια, ανατροφοδότηση, συμπεριφορές διαμεσολαβητών), • Ανάλυση και προσδιορισμός της αξίας ενός εταίρου.	
Δ. «Διαχείριση εισαγωγικών ενεργειών»	• Προσδιορισμός και επιλογή πιθανών προμηθευτών, • Προετοιμασία πλάνου εργασίας και καταλόγου προτεραιοτήτων για τις ανάγκες προμήθειας, • Υποστήριξη της τήρησης των προδιαγραφών και των προτύπων ποιότητας, • Αξιολόγηση πιθανών προμηθευτών, • Αναγνώριση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή προμηθευτών, • Χρήση εργαλείων και μεθόδων αξιολόγησης των προσφορών και των προμηθευτών, • Συμμετοχή στη διαδικασία οριοθέτησης του προϋπολογισμού προμηθειών, • Επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών προς εισαγωγή.	• Δραστηριότητες εισαγωγών και εξαγωγών σε διεθνείς αγορές.

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Ε. «Διεύθυνση και διαχείριση εργασιών διεθνούς εμπορίου»	- Αναζήτηση και αξιολόγηση των παρόχων υπηρεσιών για εργασίες διεθνούς εμπορίου (ασφάλειες, διοικητική μέριμνα, χρηματοδοτήσεις), - Επικοινωνία και διαπραγμάτευση με πιθανούς παρόχους υπηρεσιών, - Παροχή στοιχείων στα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης, προκειμένου να καταρτιστούν οι συμβάσεις εταιρικών σχέσεων, - Διατύπωση αρμοδιοτήτων της διεύθυνσης πωλήσεων και αγορών και διασφάλιση της ποιότητας της εξυπηρέτησης πελατών στο διεθνές περιβάλλον, - Ερμηνεία του περιεχομένου και εφαρμογή των κανόνων Incoterms®, - Διάκριση των αναγκών χρηματοδότησης και των κινδύνων που αφορούν διεθνείς εργασίες, - Υποστήριξη διαδικασιών του εκτελωνισμού, - Οργάνωση των υπηρεσιών υποστήριξης στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, - Διαχείριση διεθνών συναντήσεων διά ζωής και διαδικτυακά με τον ενδεδειγμένο υλικοτεχνικό εξοπλισμό, - Υποστήριξη λήψης αποφάσεων όσον αφορά τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων και τις τεχνικές πληρωμής.	Πλάνο εργασίας και συνεργασίας με άλλα τμήματα του φορέα πρακτικής άσκησης.

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Στ. «Διαχείριση σχέσεων και διαπραγμάτευση σε διαπολιτισμικό πλαίσιο»	• Ερμηνεία της έννοιας της διαπολιτισμικότητας, • Διάκριση των μακροοικονομικών εξελίξεων του παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος μέσα από τη συγκέντρωση πληροφοριών, • Συμμετοχή στην προσαρμογή των επιχειρησιακών πρακτικών στις ξένες χώρες, • Έρευνα των κοινωνικοπολιτισμικών πτυχών και αξιοποίησή τους στις διεθνείς οικονομικές δραστηριότητες και στην επιχειρησιακή εθιμοτυπία, • Διατύπωση των ιδιαιτεροτήτων των εργασιακών σχέσεων και των κυρίαρχων πρακτικών διοίκησης σε διαπολιτισμικό περιβάλλον, • Συλλογή, ανάλυση και επιλογή πληροφοριών που αφορούν διαδικασίες λήψης αποφάσεων και μεθόδους διαπραγμάτευσης σε διάφορες χώρες, • Παρουσίαση των χαρακτηριστικών μιας διαπραγμάτευσης, • Ορισμός των εννοιών της γεωπολιτικής, της γεωοικονομίας και της διαπραγματευτικής ισχύος, • Χρήση της προφορικής και γραπτής επικοινωνίας σε ξένες γλώσσες, • Διεκπεραίωση εμπορικών επικοινωνιών σε ξένες γλώσσες, συντάσσοντας εμπορικά έγγραφα.	• Παρουσία του φορέα σε διεθνείς αγορές, • Μέντορας μαθητείας (υπεύθυνος παρακολούθησης της πρακτικής άσκησης εκ μέρους της επιχείρησης).

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Z. «Διεθνείς μεταφορές και διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας»	• Αποκωδικοποίηση της οργάνωσης της αγοραστικής λειτουργίας, • Αντιπαράθεση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων των διαφόρων τρόπων μεταφοράς, • Παρουσίαση των διαθέσιμων δικτύων διανομής (εθνικές μεταφορές, συνδυασμένες μεταφορές κ.ά.), • Προσδιορισμός των βασικών εννοιών της εφοδιαστικής αλυσίδας, • Υποστήριξη των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας στο διεθνές εμπόριο, • Διάκριση της σημασίας ενός πελατοκεντρικού συστήματος εφοδιαστικής αλυσίδας, • Χειρισμός της ανάθεσης λειτουργιών εφοδιαστικής διαχείρισης σε τρίτους (3PLs, outsourcing), • Υποστήριξη της χωροταξικής, λειτουργικής και διοικητικής οργάνωσης των αποθηκευτικών χώρων, • Διαχείριση νέων τεχνολογιών και πληροφοριακών συστημάτων για τις αλυσίδες εφοδιασμού.	• Δραστηριότητες του φορέα που χρήζουν υποστήριξης διαδικασιών μεταφοράς και διακίνησης.
H. «Επιχειρηματικό περιβάλλον, καινοτομία και ηλεκτρονικό εμπόριο» συνέχεια >>	• Κατανόηση του εννοιολογικού πλαισίου της επιχειρηματικότητας και των στοιχείων που συνθέτουν το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί μια επιχείρηση, • Αντιπαραβολή των κριτηρίων διεθνοποίησης των αγορών, • Αποκωδικοποίηση της έννοιας της καινοτομίας, των μορφών της, καθώς και της σύνδεσής της με την τεχνολογία,	• Ηλεκτρονικός Υπολογιστής, • Κατάλληλα λογισμικά.

συνέχεια >>

« συνέχεια

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια Η. «Επιχειρηματικό περιβάλλον, καινοτομία και ηλεκτρονικό εμπόριο»	• Διατύπωση των εννοιών του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου, • Χρήση των τεχνολογιών του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου, • Διαχείριση συστήματος e-exports (ηλεκτρονικό εμπόριο).	

5 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης

5.1.A • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να εφαρμόσουν ένα ολοκληρωμένο φάσμα ενεργειών που σχετίζονται με τη συλλογή, την ανάλυση και την αξιοποίηση εμπορικών πληροφοριών στο διεθνές περιβάλλον. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, αναλαμβάνουν την εποπτεία του εμπορικού χώρου, συλλέγοντας δεδομένα από το εξωτερικό και διασφαλίζοντας την αξιοπιστία και την καταλληλότητά τους. Χρησιμοποιούν κατάλληλες τεχνικές για τη συγκέντρωση πληροφοριών από διάφορα υποστηρικτικά μέσα, οργανώνουν τη διαδικασία επεξεργασίας τους και αξιολογούν τη χρησιμότητά τους για την εμπορική στρατηγική της επιχείρησης. Παράλληλα, αναλύουν σε βάθος τις εμπορικές πληροφορίες, προσδιορίζοντας κρίσιμους νομοθετικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τη δραστηριοποίηση στις ξένες αγορές, ενώ εντοπίζουν τις δυνατότητες και τις απειλές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η ανάλυση αυτή περιλαμβάνει τη συσχέτιση ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων, την εξαγωγή συμπερασμάτων και τη διατύπωση στρατηγικών προσαρμογής της επιχείρησης. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η επεξεργασία της συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση εξειδικευμένων μελετών σε υπεργολαβία, καθώς και η παρακολούθηση της εφαρμογής τους με βάση τις ανάγκες του οργανισμού. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνονται η ενημέρωση και ο εμπλουτισμός του συστήματος εμπορικής πληροφόρησης και των βάσεων δεδομένων επαφών. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτείται η διατύπωση τεκμηριωμένων συστάσεων για ένα λειτουργικό σχέδιο δράσης, εναρμονισμένο με την εμπορική πολιτική και τα πορίσματα της διαγνωστικής ανάλυσης της εκάστοτε αγοράς-στόχου.

5.1.B • ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να αναγνωρίζουν και να ερμηνεύουν με ακρίβεια την οικονομική ορολογία που χρησιμοποιείται σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, εξασφαλίζοντας σαφήνεια στην κατανόηση και στη χρήση των όρων κατά την επικοινωνία σε εμπορικά και επιχειρησιακά πλαίσια. Παράλληλα, αναλύουν και αποσαφηνίζουν σύνθετες οικονομικές έννοιες βάσει θεωρητικών προσεγγίσεων και τις συσχετίζουν με πρακτικά ζητήματα που αφορούν την εξαγωγική δραστηριότητα και τη χάραξη πολιτικής σε εμπορικές συμφωνίες. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, οι συμμετέχοντες/-ουσες διερευνούν οικονομικά στοιχεία μέσα από κείμενα, γραφικές παραστάσεις και πίνακες, προκειμένου να εξάγουν συμπεράσματα που υποστηρίζουν στρατηγικές αποφάσεις. Εστιάζουν στη λειτουργία της οικονομίας,

μελετώντας τη ροή αγαθών, κεφαλαίων και πληροφοριών, ενώ αντιλαμβάνονται τη σημασία της χρηματοδότησης για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η ικανότητα να αναγνωρίζουν τις πηγές χρηματοδότησης και να αξιολογούν το κόστος και τα οφέλη τους αποτελεί ουσιαστικό μέρος της άσκησης. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η ερμηνεία των διεθνών οικονομικών σχέσεων, καθώς οι ασκούμενοι/-ες εξετάζουν τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται οι εμπορικές και χρηματοοικονομικές ροές μεταξύ κρατών και επιχειρήσεων, εντοπίζοντας τάσεις, εξαρτήσεις και γεωοικονομικές ισορροπίες. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνεται και η ανάλυση της παρούσας οικονομικής κατάστασης ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος, με στόχο την κατανόηση των προκλήσεων και των ευκαιριών που αναδύονται. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτούνται η αναγνώριση και κατανόηση βασικών νομικών αρχών που διέπουν την οικονομική δραστηριότητα, καθώς και η συσχέτιση του δικαίου με την οικονομία ως αλληλεξαρτώμενα συστήματα. Οι ασκούμενοι/-ες αξιοποιούν την κατανόηση αυτή για να ερμηνεύσουν το ρυθμιστικό πλαίσιο και να το εφαρμόσουν σε εμπορικές πρακτικές, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των επαγγελματικών τους παρεμβάσεων.

5.1.Γ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να εφαρμόσουν ολοκληρωμένες στρατηγικές για τη διασφάλιση και τη διατήρηση πελατών σε διεθνές περιβάλλον, λαμβάνοντας υπόψη τα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε ξένης αγοράς. Ξεκινούν με τον προσδιορισμό και την επιλογή νέων πελατών, βασιζόμενοι/-ες σε ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια, ενώ παράλληλα αξιολογούν τις δυνατότητες συνεργασίας με υφιστάμενους πελάτες, εντοπίζοντας προοπτικές επέκτασης ή ενίσχυσης των εμπορικών σχέσεων. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, οργανώνουν μεθόδους προσέγγισης και επικοινωνίας με πιθανούς πελάτες, σχεδιάζοντας ενέργειες που ανταποκρίνονται στο πολυπολιτισμικό και απαιτητικό διεθνές περιβάλλον. Παράλληλα, αναλύουν, αξιολογούν και παρακολουθούν την αποτελεσματικότητα των μεθόδων διασφάλισης πελατών, χρησιμοποιώντας εργαλεία και δείκτες που ενισχύουν τη λήψη αποφάσεων. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η δημιουργία και η διαχείριση ενός επαρκούς δικτύου επαφών που χαρακτηρίζεται από ποικιλία πολιτισμικών αναφορών, ενώ η προσαρμοσμένη σύνταξη προσφορών και η κατάλληλη διατύπωση πρότασης αξίας συνιστούν καθοριστικά στοιχεία για την επιτυχία μιας εμπορικής συνεργασίας. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνεται η καλλιέργεια δεξιοτήτων διαπροσωπικής επικοινωνίας, τόσο λεκτικής όσο και μη λεκτικής, με έμφαση στη συνάφεια των μηνυμάτων, στη σωστή χρήση της ανατροφοδότησης και στην κατανόηση των πολιτισμικών διαφορών στη συμπεριφορά των διαμεσολαβητών. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτούνται η αξιοποίηση εξειδικευμένων λογισμικών διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM), τα οποία επιτρέπουν

την οργάνωση, την παρακολούθηση και την ανάλυση των σχέσεων με εταίρους, καθώς και ο προσδιορισμός της αξίας που κάθε εταίρος μπορεί να προσφέρει στην επιχείρηση, ενισχύοντας τον μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό.

5.1.Δ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να ασκήσουν κρίσιμες δεξιότητες που αφορούν τον εντοπισμό, την αξιολόγηση και την επιλογή προμηθευτών στο πλαίσιο εισαγωγικών ενεργειών. Ξεκινούν με τον προσδιορισμό πιθανών προμηθευτών και προχωρούν στην επιλογή τους, λαμβάνοντας υπόψη ένα σύνολο παραγόντων, όπως η αξιοπιστία, η ποιότητα, η γεωγραφική θέση, η τιμολογιακή πολιτική και οι χρόνοι παράδοσης. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, συμμετέχουν ενεργά στην προετοιμασία ενός οργανωμένου πλάνου εργασίας, το οποίο περιλαμβάνει καταλόγους προτεραιοτήτων και καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης σε προϊόντα ή υπηρεσίες προς εισαγωγή. Παράλληλα, αναλύουν τις τεχνικές και τις διαδικασίες που απαιτούνται για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις προδιαγραφές και τα πρότυπα ποιότητας, υποστηρίζοντας τη συνέπεια και την αποδοτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η αξιολόγηση των υποψήφιων προμηθευτών, με τη χρήση εξειδικευμένων εργαλείων και μεθόδων, που επιτρέπουν τη σύγκριση προσφορών βάσει κριτηρίων, όπως κόστος, ποιότητα, αξιοπιστία και περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνεται και η συμμετοχή στη διαδικασία οριοθέτησης του προϋπολογισμού προμηθειών, καθώς οι ασκούμενοι/-ες καλούνται να συσχετίσουν τα διαθέσιμα κεφάλαια με τις ανάγκες της επιχείρησης και τις δυνατότητες των προμηθευτών. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτείται η ικανότητα επιλογής προϊόντων ή υπηρεσιών προς εισαγωγή, με βάση εμπορικά, ποιοτικά και στρατηγικά κριτήρια, ώστε να υποστηριχθεί η ανταγωνιστικότητα και η βιωσιμότητα της επιχείρησης.

5.1.Ε • ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να αναλάβουν ενεργό ρόλο στη διαχείριση και στην υποστήριξη λειτουργιών που συνδέονται με τις υπηρεσίες διεθνούς εμπορίου, με εστίαση σε τομείς όπως οι ασφαλίσεις, η διοικητική υποστήριξη και η χρηματοδότηση. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, αναζητούν και αξιολογούν παρόχους υπηρεσιών με βάση κριτήρια αξιοπιστίας, κόστους και εμπειρίας, ενώ επικοινωνούν και διαπραγματεύονται με πιθανούς συνεργάτες. Παράλληλα, παρέχουν κρίσιμες πληροφορίες στα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης, προκειμένου να καταρτιστούν αποτελεσματικές και νομικά επαρκείς συμβάσεις εταιρικών σχέσεων. Αναλύουν και διατυπώνουν τις αρμοδιότητες της διεύθυνσης πωλήσεων και αγορών στο διεθνές περιβάλλον, συμβάλλοντας στη διασφάλιση της

ποιότητας εξυπηρέτησης πελατών. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η ερμηνεία και η σωστή εφαρμογή των κανόνων Incoterms®, που αποτελούν θεμέλιο για τις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές. Παράλληλα, διακρίνουν τις ανάγκες χρηματοδότησης και τους δυνητικούς κινδύνους που σχετίζονται με διεθνείς εργασίες, προτείνοντας λύσεις για την πρόληψη και τη διαχείρισή τους. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνονται η υποστήριξη διαδικασιών εκτελωνισμού, η οργάνωση υπηρεσιών υποστήριξης τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της επιχείρησης, καθώς και η ορθή διαχείριση διεθνών συναντήσεων –διά ζώσης ή εξ αποστάσεως– με τη χρήση του κατάλληλου υλικοτεχνικού εξοπλισμού. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτείται η ενεργή συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων που αφορούν τη διεθνοποίηση της επιχείρησης, την επιλογή τεχνικών πληρωμής και τη δημιουργία σταθερών συνεργασιών με αξιόπιστους παρόχους υπηρεσιών.

5.1.ΣΤ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΣΕ ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να εμβαθύνουν στη σημασία της διαπολιτισμικότητας και να ερμηνεύσουν τον ρόλο της στην ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων και επιχειρησιακών πρακτικών σε διεθνές επίπεδο. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, ερευνούν τις κοινωνικοπολιτισμικές πτυχές κάθε χώρας, εντοπίζουν τις κυρίαρχες μορφές διοίκησης και εργασιακών σχέσεων και διατυπώνουν τις ιδιαιτερότητες που διαμορφώνουν το περιβάλλον των διαπραγματεύσεων και της συνεργασίας. Παράλληλα, διακρίνουν τις μακροοικονομικές εξελίξεις του παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος μέσα από τη συγκέντρωση και ανάλυση πληροφοριών, τις οποίες αξιοποιούν για την προσαρμογή των επιχειρησιακών πολιτικών και στρατηγικών της επιχείρησης στις ανάγκες των ξένων αγορών. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η συλλογή και η επιλογή πληροφοριών που σχετίζονται με τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και τις μεθόδους διαπραγμάτευσης, καθώς και η παρουσίαση των χαρακτηριστικών μιας επιτυχημένης διαπραγμάτευσης σε διαπολιτισμικό πλαίσιο. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνονται επίσης η διερεύνηση και αξιολόγηση της επιχειρησιακής εθιμοτυπίας, η αξιοποίηση των διεθνών οικονομικών δραστηριοτήτων και η ερμηνεία κρίσιμων εννοιών, όπως η γεωπολιτική, η γεωοικονομία και η διαπραγματευτική ισχύς, ώστε οι ασκούμενοι/-ες να μπορούν να λειτουργήσουν με επίγνωση και στρατηγική σε διεθνές περιβάλλον. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτούνται η αποτελεσματική χρήση της προφορικής και γραπτής επικοινωνίας σε ξένες γλώσσες, καθώς και η ικανότητα διεκπεραίωσης εμπορικών επικοινωνιών μέσω της σύνταξης εγγράφων, προσφορών, επιστολών και άλλων συναφών υλικών, προσαρμοσμένων στις πολιτισμικές και γλωσσικές απαιτήσεις κάθε αγοράς.

5.1.Ζ • ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν την οργάνωση της αγοραστικής λειτουργίας και να προσδιορίσουν τον ρόλο της στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, εξετάζουν και συγκρίνουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των διαφορετικών τρόπων μεταφοράς –όπως οι οδικές, οι θαλάσσιες, οι αεροπορικές ή οι συνδυασμένες μεταφορές–, αξιολογώντας τα δίκτυα διανομής που είναι διαθέσιμα για την υποστήριξη της εφοδιαστικής δραστηριότητας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Παράλληλα, αναλύουν τις βασικές έννοιες της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας και συμμετέχουν ενεργά στην υποστήριξη των λειτουργιών της, με στόχο την ενίσχυση της αποδοτικότητας και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η κατανόηση της σημασίας ενός πελατοκεντρικού συστήματος διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας, στο οποίο η ταχύτητα, η ακρίβεια και η ποιότητα της εξυπηρέτησης καθορίζουν την επιτυχία των εμπορικών σχέσεων.

Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνεται η ενασχόληση με τη διαχείριση της ανάθεσης λειτουργιών εφοδιαστικής σε εξωτερικούς συνεργάτες (outsourcing, 3PLs), η οποία απαιτεί δεξιότητες αξιολόγησης κόστους-οφέλους, διαχείρισης συμβολαίων και παρακολούθησης της απόδοσης των παρόχων.

Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτούνται η υποστήριξη της χωροταξικής, λειτουργικής και διοικητικής οργάνωσης των αποθηκευτικών χώρων, καθώς και η εξοικείωση με νέες τεχνολογίες και πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης της εφοδιαστικής (WMS, TMS κ.ά.), που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση σε δεδομένα, τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων και τη διαρκή βελτιστοποίηση των εφοδιαστικών διαδικασιών.

5.1.Η • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Στην ενότητα αυτή, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν το εννοιολογικό πλαίσιο της επιχειρηματικότητας και να συνθέσουν το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται μια σύγχρονη επιχείρηση. Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, αντιπαραβάλλουν τα κριτήρια διεθνοποίησης των αγορών, με εστίαση στους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση επέκτασης σε νέες αγορές και αναλύοντας τις στρατηγικές επιλογές που έχει στη διάθεσή της μια επιχείρηση με εξαγωγικό προσανατολισμό. Παράλληλα, αποκωδικοποιούν την έννοια της καινοτομίας, εξετάζοντας τις διαφορετικές μορφές της –προϊοντική, διαδικαστική, οργανωσιακή ή μάρκετινγκ– και τη στενή της σύνδεση με την τεχνολογία και την ανταγωνιστικότητα. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν η εξοικείωση με τις έννοιες του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) και του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce), καθώς και η

κατανόηση του τρόπου με τον οποίο αυτές εφαρμόζονται στην πράξη, ενισχύοντας την προσβασιμότητα, τη διαφάνεια και την αποτελεσματικότητα των διεθνών εμπορικών συναλλαγών. Στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης περιλαμβάνονται η χρήση τεχνολογιών που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό επιχειρείν και η διαχείριση συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου (e-exports), με στόχο την οργάνωση εξαγωγικών διαδικασιών μέσω ψηφιακών πλατφορμών. Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτείται από τους/τις ασκούμενους/-ες να αξιοποιούν ψηφιακά εργαλεία για να υποστηρίξουν τη διεθνοποίηση της επιχείρησης και να ενσωματώνουν καινοτομίες που ενισχύουν την απόδοση και τη βιωσιμότητά της.

5.2 • Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτούνται συνέργεια των συστημάτων εκπαίδευσης, κατάρτισης και αγοράς εργασίας, αλλά και συνεργασία του συνόλου του ανθρώπινου δυναμικού που εμπλέκεται στη μαθησιακή διαδικασία και περιλαμβάνει τον/την εργοδότη/-τρια που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης, τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας, τους/τις εργαζόμενους/-ες στην επιχείρηση, καθώς και τον/την εκπαιδευτή/-τρια και τον/την επόπτη/-τρια από την πλευρά της εκπαιδευτικής δομής. Η εν λόγω συνεργασία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την αναβάθμιση της ποιότητας του τρόπου εφαρμογής της πρακτικής άσκησης και για την πραγμάτωση των μαθησιακών αποτελεσμάτων της ειδικότητας.

Στο πλαίσιο της μάθησης στον χώρο εργασίας, ο/η ασκούμενος/-η έρχεται σε επαφή με πραγματικά εργασιακά περιβάλλοντα, ασκείται σε πραγματικές εργασιακές συνθήκες και συνεργάζεται με επαγγελματίες της ειδικότητας ή άλλων ειδικοτήτων που εργάζονται στην ίδια επιχείρηση. Για τον λόγο αυτό, η ύπαρξη κουλτούρας μάθησης αποτελεί προαπαιτούμενο για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Αναλυτικότερα, κομβικός είναι ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης, ο/η οποίος/-α καλείται να λειτουργήσει ως μέντορας, να υποστηρίξει τον/την εκπαιδευόμενο/-η στη διερεύνηση των επαγγελματικών του/της στόχων, να ενθαρρύνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων, να εμπλέκει τον/την εκπαιδευόμενο/-η σε νέες εμπειρίες και να τον/την εισαγάγει στον κόσμο της πραγματικής εργασίας, αποτελώντας επαγγελματικό πρότυπο. Επομένως, καλείται να δημιουργήσει ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης και ασφάλειας που παρέχει στον/στην εκπαιδευόμενο/-η τη δυνατότητα δοκιμής και λάθους μέσω της ενθάρρυνσης της ατομικής πρωτοβουλίας. Απαραίτητα μεθοδολογικά βήματα από την πλευρά του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης για την ομαλή ένταξη των εκπαιδευόμενων στο εργασιακό περιβάλλον και την προώθηση της συνεργασίας με το υφιστάμενο προσωπικό της επιχείρησης είναι η περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο προσανατολισμός στο έργο και η εναλλαγή εργασιακών ρόλων/θέσεων.

Ειδικότερα, ως προς την περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο/η εκπαιδευτής/-τρια καλείται να λάβει υπόψη τη συνοπτική περιγραφή της ειδικότητας και τις αρμοδιότητες/καθήκοντα, όπως αποτυπώνονται στον οδηγό κατάρτισης, γεγονός που προϋποθέτει τη συνεργασία με την εκπαιδευτική δομή. Καλείται να τροφοδοτήσει τους/τις ασκούμενους/-ες με τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την εκτελούμενη εργασία, τις ευθύνες, τις δεξιότητες και την εκπαίδευση που απαιτούνται, τις συνθήκες υπό, τις οποίες γίνεται η εργασία και τις σχέσεις της με άλλες εργασίες.

Παράλληλα, απαραίτητος κρίνεται και ο προσανατολισμός στο έργο με στόχο να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες το εργασιακό περιβάλλον στο οποίο εντάσσονται, να λάβουν υπόψη τα χαρακτηριστικά και τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, να γνωρίσουν το προσωπικό της και να αναπτύξουν το αίσθημα του ανήκειν. Στο πλαίσιο του προσανατολισμού, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνονται για την ιστορία της επιχείρησης, την πολιτική της, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, την κτιριακή υποδομή, τη γενική δομή, τους κανόνες συμπεριφοράς, την πολιτική προαγωγών, τα συστήματα αξιολόγησης κ.λπ.

Τέλος, προτείνεται η εναλλαγή των εργασιακών θέσεων (job rotation) κατά την οποία ο/η εκπαιδευόμενος/-η περνά διαδοχικά από όλες τις συναφείς ή συσχετιζόμενες θέσεις εργασίας μέχρι να ασκηθεί σε όλο τον κύκλο της εργασίας. Η συγκεκριμένη πρακτική μειώνει τη μονοτονία, την κούραση και κατά συνέπεια τα σφάλματα, ενώ αυξάνει την απόδοση και την ικανοποίηση. Ωστόσο, δεν συνιστάται για ειδικότητες που απαιτούν υψηλή ειδίκευση, καθώς απαιτείται χρόνος και άρα ο/η εκπαιδευτής/-τρια πρέπει να λάβει υπόψη του/της το εξάμηνο υλοποίησης της πρακτικής άσκησης. Το μικρό μέγεθος της επιχείρησης μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά στην εφαρμογή της εν λόγω πρακτικής.

Βιβλιογραφία

Α | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Αναστασόπουλος, Γ. (2019). *Επιτομή εμπορικού δικαίου* (8η έκδοση). Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.
- Αρναούτογλου, Ε. (2015). *Δημόσιες σχέσεις: Μια σύγχρονη προσέγγιση*. Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.
- Ασπρίδης, Γ. Μ., Τσέλιος, Δ. & Ρωσσίδης, Ι. Φ. (2018). *Επιχειρησιακές επικοινωνίες: Θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ball, D. A., Geringer, J. M., Minor, M. S. & McNett, J. M. (2014). *Διεθνής επιχειρηματική δραστηριότητα: Η πρόκληση του διεθνούς ανταγωνισμού* (12η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Βαμβούκας, Γ. Α. (2016). *Διεθνείς οικονομικές σχέσεις: Θεωρία, μεθοδολογία, εφαρμογές* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
- Βαξεβανίδου, Μ. (2012). *Εταιρική κοινωνική ευθύνη*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Βασιλειάδης, Χ. (2014). *Διαχείριση μάρκετινγκ γεγονότων & εκδηλώσεων: Event marketing management*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
- Begg, D., Vernasca, G., Fischer, S. & Dornbusch, R. (2023). *Εισαγωγή στην οικονομική* (4η ελληνική έκδοση), (μτφρ. Ε. Θάνου & Π. Παπαδοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Βιδάλης, Μ. (2017). *Εφοδιαστική (Logistics): Μια ποσοτική προσέγγιση* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Βλαχόπουλος, Σ. (2015). *Διαπολιτισμική επικοινωνία στην οικονομία*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Βλαχοπούλου, Μ. (2019). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: Από τη θεωρία στην πράξη*. Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.

Caves, R. E., Frankel, J. A. & Jones, R. W. (1992). *Διεθνές εμπόριο και πληρωμές* (τόμος Α'). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης. (2024). *Οδηγός σπουδών της ειδικότητας «Στέλεχος Διεθνούς Εμπορίου»*. Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού. Ανακτήθηκε από: <https://gsvetlly.minedu.gov.gr/sxoles-anoteris-epaggelmatikis-katartisis-s-a-e-k/odigoi-katartisis-spoudon>

Chopra, S. (2021). *Διοίκηση εφοδιαστικής αλυσίδας: Στρατηγική, προγραμματισμός και λειτουργία* (7η έκδοση), (μτφρ. Π. Πολυματίδου). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Christopher, M. (2017). *Logistics και διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας* (2η έκδοση), (μτφρ. Η. Νικολάου & Α. Χράπαλος). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Γκλαβά, Μ. (2019). *Ελληνική Access 2016: Γρήγορα και απλά*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.

Γκλαβά, Μ. (2021). *Ελληνικό Word 2019/365: Γρήγορα και απλά*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.

Γκλαβίνης, Π. (2009). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο: Γενικές αρχές, διεθνές εμπόριο, ξένες επενδύσεις*. Αθήνα–Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα.

Γουλτίδης, Χ. (2013). *Οδηγός πιστοποίησης Πληροφορικής – Πλοήγηση στον ιστό και επικοινωνία – Internet Explorer & Outlook 2010*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Δημούλας, Χ. (2015). *Τεχνολογίες συγγραφής και διαχείρισης πολυμέσων* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-588>

Dowson, R., Albert, B. & Lomax, D. (2023). *Μάρκετινγκ εκδηλώσεων: Προγραμματισμός & εφαρμογή* (3η έκδοση). Γέρακας Αττικής: Εκδόσεις Rosili.

Europass. (2023). *Δημιούργησε το βιογραφικό σου σημείωμα Europass*. Ανακτήθηκε στις 1 Απριλίου 2025 από: <https://europa.eu/europass/el/create-europass-cv>

- Fuchs, C. (2023). *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Μια κριτική εισαγωγή* (μτφρ. Π. Πετρίδης). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ροπή.
- Goleman, D. (2011). *Η συναισθηματική νοημοσύνη στον χώρο της εργασίας* (μτφρ. Φ. Μεγαλούδη). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Griffin, R. W. & Pustay, M. W. (2018). *Διεθνείς επιχειρήσεις & επιχειρηματικότητα* (8η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Guillochon, B., Kaweck, A. & Venet, B. (2015). *Διεθνής οικονομική: Διεθνές εμπόριο και μακροοικονομία* (7η γαλλική έκδοση), (μτφρ. Π. Μπουρλάκης). Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Hanlon, A. (2022). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: Σχεδιασμός, στρατηγικές και πρακτικές*. Λευκωσία: Εκδόσεις Broken Hill Publishers.
- Haski-Leventhal, D. (2023). *Στρατηγική εταιρική κοινωνική ευθύνη: Εργαλεία και θεωρίες για υπεύθυνη διοίκηση* (2η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Herdegen, M. (2019). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο* (2η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Θανόπουλος, Ν. Γ. (2013). *Διεθνής επιχείρηση: Περιβάλλον, δομή και προκλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
- Ιωάννου, Ζ. Κ. (2005). *Οδηγός εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Κάβουρα, Α. (2021). *Επικοινωνία, διαφήμιση και μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης* (2η εμπλουτισμένη έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Καραλής, Θ. (2003). *Τεχνικές εξεύρεσης εργασίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Καρολίδης, Δ. & Ξαρχάκος, Κ. (2023). *Microsoft Excel 2021*. Αθήνα: Εκδόσεις Άβακας.
- Κατρανίδης, Σ. & Νταντάκας, Δ. (2017). *Θεωρία και πολιτική διεθνούς εμπορίου*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

- Κοτζαϊβάζογλου, Ι. & Πασχαλούδης, Δ. (2002). *Οργανωσιακή επικοινωνία: Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2020). *Μάρκετινγκ 4.0: Η μετάβαση από το παραδοσιακό στο ψηφιακό μάρκετινγκ* (μτφρ. Θ. Χαλιώτης & Π. Καναβός). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Κοτσαλής, Λ. & Μενουδάκος, Κ. (επιμ.). (2018). *Γενικός κανονισμός για την προστασία των προσωπικών δεδομένων (GDPR): Νομική διάσταση και πρακτική εφαρμογή*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Kotter, J. P. & Cohen, D. S. (2005). *Η καρδιά της αλλαγής* (μτφρ. Α. Σοκοδήμος). Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Κοττώρης, Σ. (2013). *Δημιουργώ τη δική μου επιχείρηση*. Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 1 Απριλίου 2025 από: <https://www.openbook.gr/dimiourgw-ti-diki-mou-epixeirisi/>
- Κριτσωτάκης, Ι. Γ. (2014). *Διαπολιτισμική επικοινωνία*. Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2016). *Διεθνής οικονομική: Θεωρία και πολιτική* (4η βελτιωμένη έκδοση), (μτφρ. Γ. Λαντούρης). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Lacroix, R.-N. (2010). *Πράσινες προμήθειες: Ανάπτυξη μεθοδολογίας, στρατηγικών και πολιτικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2022). *Ηλεκτρονικό εμπόριο: Επιχειρήσεις, τεχνολογία, κοινωνία* (16η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Liu, S., Volčič, Z. & Gallois, C. (2018). *Εισαγωγή στη διαπολιτισμική επικοινωνία: Παγκόσμιοι πολιτισμοί και πλαίσια* (μτφρ. Α. Φριλίγγος). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Λυμπερόπουλος, Κ., Τζαναβάρας, Β. & Σαλαμούρα, Μ. (2015). *Στρατηγικές διεθνούς και εξαγωγικού μάρκετινγκ*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Μαλινδρέτος, Γ. (2015). *Εφοδιαστική αλυσίδα, logistics και εξυπηρέτηση πελατών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε στις 20 Μαρτίου 2025 από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5391>

- Μανιάτης, Μ. (2016). *Συγχαρητήρια, προσλαμβάνεστε! Τα 7 μυστικά της επιτυχημένης συνέντευξης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Μανώλη, Π. & Μαρή, Γ. (2015). *Εισαγωγή στη διεθνή πολιτική οικονομία*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3945>
- Μόρμωρη, Π., Σιβρίδου, Φ. & Τόμπρου, Χ. (2013). *Intermediate Business English*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
- Morris, T. & Goldsworthy, S. (2017). *Σύγχρονες δημόσιες σχέσεις* (μτφρ. Π. Αρκουδέας). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Μπουραντάς, Δ. (2002). *Μάνατζμεντ: Θεωρητικό υπόβαθρο, σύγχρονες πρακτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
- Μπουραντάς, Δ. & Παπαλεξανδρή, Ν. (1998). *Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
- Μπρεδήμας, Α. & Γουργουρίνης, Α. (2018). *Διεθνές οικονομικό δίκαιο: Το δίκαιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Μυλώνη, Β. & Γεωργόπουλος, Α. (2015). *Διεθνοποίηση και διεθνικές επιχειρήσεις*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Νικολέττη-Μορφίτου, Ρ. (2019). *Κατανοώντας τις πωλήσεις: Στοιχέστε πελάτες, κλείστε συμφωνίες, κερδίστε με νέες πωλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.
- Νόττα, Ο. & Βλάχβη, Α. (2023). *Στρατηγικές επιχειρήσεων για την επίτευξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/8663>
- Ξηροτύρη-Κουφίδου, Σ. (2010). *Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων: Κτίζοντας τα θεμέλια για τη στρατηγική διοίκηση των ανθρώπων* (4η εμπλουτισμένη έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ανικούλα.
- Παλταγιάν, Γ., Χατζηδημητρίου, Ι. & Αιγυπτιάδης, Α. (2021). *Διοίκηση διαδικασιών στο διεθνές εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.

- Πανηγυράκης, Γ. Γ. (2013). *Διεθνές μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Παπαδάκης, Β. Μ. (2018). *Στρατηγική σκέψη και πρακτική στον κόσμο των επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ψυχογιού.
- Παπαλεξανδρή, Ν. & Λυμπερόπουλος, Δ. (2014). *Δημόσιες σχέσεις: Η λειτουργία της επικοινωνίας στους σύγχρονους οργανισμούς* (3η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
- Parkin, M., Powell, M. & Matthews, K. (2013). *Αρχές οικονομικής* (μτφρ. Ε. Αντώνογλου & Γ. Σιδεράς). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ramakrishnan, R. & Gehrke, J. (2011). *Συστήματα διαχείρισης βάσεων δεδομένων* (3η έκδοση). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Ρόκας, Ι. Κ. (2019). *Εταιρίες: Εισαγωγή στο δίκαιο των εταιριών του εμπορικού δικαίου* (6η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές* [Μονογραφία]. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>
- Σιώμοκος, Γ. & Τσιάμης, Ι. (2019). *Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ* (2η έκδοση). Λευκωσία: Εκδόσεις Broken Hill Publishers.
- Σταμάτης, Γ. Ι. (2007). *Ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνία: Ένα πρακτικό εργαλείο για μια ολιστική αντιμετώπιση της επιχειρησιακής επικοινωνίας* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Τζαβάρας, Π. Ε. (2020). *Κατανοώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική.
- Tuten, T. L. & Solomon, M. R. (2016). *Social media marketing: Μάρκετινγκ με μέσα κοινωνικής δικτύωσης* (μτφρ. Μ. Κωνσταντοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.
- Χολέβας, Ι. Κ. (1997). *Διεθνείς εμπορικές σχέσεις – Διεθνές εμπόριο*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Anthony, L. (2018). *Introducing English for specific purposes*. New York: Routledge.

Chan, M. (2020). *English for business communication*. New York: Routledge.

Charles, M. & Pecorari, D. (2015). *Introducing English for academic purposes*.
New York: Routledge.

Jégou, D. & Rosillo, M. P. (2025). *Quartier d'affaires – Niveau A1 – Livre de l'élève*
(2e édition). Paris: CLE International.

Penfornis, J.-L. (2002). *Français.com: Méthode de français professionnel
et des affaires*. Paris: CLE International.

Penfornis, J.-L. (2018). *Grammaire progressive du français des affaires- Niveau
intermédiaire*. Paris: CLE International.

Siréjols, E. & Tempesta, G. (2020). *Pratique grammaire A1/A2: 640 exercices
avec règles, corrigés inclus*. Paris: CLE International.

Taylor, J. & Zeter, J. (χ.χ.). *Career paths: Business English – Student's book
with DigiBooks app*. Newbury: Express Publishing.

B | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Γούλας, Χρ., Θεοδωρή, Ελ., Καρατράσογλου, Ι., Μαρκίδης, Κ., Μπαμπανέλου, Δ. & Νάτσης, Π. (2022). *Πρότυπος Οδηγός Κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Ανάπτυξη οριζόντιας εκπαιδευτικής μεθοδολογίας/Εκπαιδευτικός σχεδιασμός στο πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπο Εκπαιδευτικό Εγχειρίδιο*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπη Τράπεζα Θεμάτων*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.

Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης. Τμήμα Σπουδών, Προγραμμάτων και Οργάνωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης. (2020). *Οδηγοί σπουδών ειδικοτήτων ΙΕΚ του Ν. 4186/2013*. Ανακτήθηκε στις 5 Μαρτίου 2026 από: <https://gsvetlly.minedu.gov.gr/sxoles-anoteris-epaggelmatikis-katartisis-s-a-e-k/odigoi-katartisis-spoudon>

Γούλας, Χ. & Λιντζέρης, Π. (2017). *Διά Βίου Μάθηση, Επαγγελματική Κατάρτιση, Απασχόληση και Οικονομία: Νέα Δεδομένα, Προτεραιότητες και Προκλήσεις*. Αθήνα: ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, ΙΝΕ/ΓΣΕΕ.

Γούλας, Χ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2021). *Πρότυπο ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ* [Εσωτερική έκδοση]. Αθήνα: Ινστιτούτο Εργασίας της Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας.

Δημουλάς, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ. & Σπηλιώτη, Χ. (2007). *Οδηγός Ανάπτυξης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων*. Αθήνα: ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ.

ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. (2021). *Νέα βίντεο παρουσίασης επαγγελμαμάτων* [Video]. Ανακτήθηκε από: <https://oasi.inegsee.gr/>

- Καραλής, Θ., Καρατράσογλου, Ι., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσης, Π. & Παπαευσταθίου, Κ. (2021). *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων*. Αθήνα: ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2022 από: https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2021/07/Me8odologia_EP_Ebook.pdf
- Λευθεριώτου, Π. (χ.χ.). *Η Εκπαιδευτική Διεργασία στην Εκπαίδευση Ενηλίκων*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- Cedefop. (2014). *Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση στη Ελλάδα: Συνοπτική Περιγραφή*. Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Cedefop. (2014). *Terminology of European Education and Training Policy: A Selection of 130 Key Terms* (2nd edition). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Cedefop. (2018). *Skills forecast, trends and challenges to 2030*. DOI: 10.2801/4492TI-RF-18-002-EN-NISBN: 978-92-896-2712-2/12/2018.
- Kopnov, V. A., Shmurygina, O., Shchipanova, D., Dremina, M. A., Papaloizou, L., Orphanidou, Y. & Morevs, P. (2018). "Functional Analysis and Functional Maps of Qualifications in ECVET Context", in: *The Education and Science Journal*, 20(6), pp. 90-117. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/326242379_Functional_Analysis_and_Functional_Maps_of_Qualifications_in_ECVET_Context
- Mansfield, B. & Schmidt, H. (2001). *Linking Vocational Education and Training Standards and Employment Requirements: An International Manual*. European Training Foundation. Retrieved June, 9, 2020, from: https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/C12578310056925BC12571FE00473D6B_NOTE6UAEET.pdf
- Μπουραντάς, Δ. Κ. (2002). *Μάνατζμεντ, θεωρητικό υπόβαθρο, σύγχρονες πρακτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.

Psifidou, I. (2009). "What learning outcome based curricula imply for teachers and trainers", in: *7th International Conference "Comparative Education and Teacher Training"* (June 29-July 3, 2009), vol. 7, pp. 183-188. Sofia, Bulgaria: Bureau for Educational Services.

Γ | Σχετική εθνική νομοθεσία

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2006/962/ΕΚ). Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2026 από: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2006/962/oj>

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύσταση του Συμβουλίου της 22ας Μαΐου 2018 σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2018/С 189/01). Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2026 από: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=PL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=PL)

Νόμος υπ' αρ. 4763/2020 «Εθνικό σύστημα επαγγελματικής εκπαίδευσης, κατάρτισης και διά βίου μάθησης, ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/958 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 28ης Ιουνίου 2018 σχετικά με τον έλεγχο αναλογικότητας πριν από τη θέσπιση νέας νομοθετικής κατοχύρωσης των επαγγελματιών (ΕΕ L 173), κύρωση της Συμφωνίας μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Κυβέρνησης της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας για το Ελληνογερμανικό Ίδρυμα Νεολαίας και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 254/Α/21-12-2020).

Υπ' αρ. ΦΒ7/108652/Κ3 Απόφαση Υπουργών Ανάπτυξης και Επενδύσεων – Παιδείας και Θρησκευμάτων – Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων «Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας» (ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021).

Υπ' αρ. Κ5/97484 Απόφαση Υπουργών Οικονομικών – Ανάπτυξης και Επενδύσεων – Παιδείας και Θρησκευμάτων – Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων – Υγείας «Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων» (ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021).

Υπ' αρ. Κ1/118932/2017 Απόφαση Υπουργών Οικονομίας και Ανάπτυξης – Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων – Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Υγείας «Ρύθμιση θεμάτων επιδότησης και ασφάλισης της Μαθητείας των σπουδαστών των δημόσιων και ιδιωτικών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) και Σχολών Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΕΚ)» (ΦΕΚ 2440/Β/18-7-2017).

Υπ' αρ. Κ1/54877/2017 Απόφαση Υπουργού Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων «Τροποποίηση του Κανονισμού λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ)» (ΦΕΚ 1245/Β/11-4-2017).

Υπ' αρ. 5954/2014 Απόφαση Υφυπουργού Παιδείας και Θρησκευμάτων «Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ)» (ΦΕΚ 1807/Β/2-7-2014).

Υπ' αρ. 110998/2006 Απόφαση Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών – Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων – Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας «Πιστοποίηση Επαγγελματικών Περιγραμμάτων» (ΦΕΚ 566/Β/8-5-2006).

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ

Συντακτική ομάδα

Ρένα Βαρβιτσιώτη

Ελένη Θεοδωρή

Κωνσταντίνος Μαρκίδης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Επιμέλεια σύνταξης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο συντάχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης με τίτλο «Διαμόρφωση οδηγών κατάρτισης και εκπαιδευτικών εγχειριδίων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (IEK)» με κωδικό ΟΠΣ (MIS) 5069281 μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020» που συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο-Ε.Κ.Τ.).



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

