

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Β΄ ΛΥΚΕΙΟΥ 2016-2017

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:<br/>ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ<br/>ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ</b> | <b>ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ<br/>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br><i>Οι μαθητές και οι μαθήτριες να είναι σε θέση να:</i>   | <b>ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΔΙΔΑΚΤΕΑ<br/>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b><br><i>Διδακτέα: Πληροφορίες, Έννοιες, Δεξιότητες,<br/>Στρατηγικές/Τρόπος σκέψης, Στάσεις/Αξίες</i>   |
|--|--|---|
| <b>1.1 Έννοια της οργάνωσης</b>                              | Να διακρίνουν την έννοια της οργάνωσης, καθώς και τα βασικά στοιχεία που συνιστούν την οργάνωση  | Η έννοια της οργάνωσης και στα βασικά στοιχεία που συνιστούν την οργάνωση   |
| <b>1.2 Λόγοι δημιουργίας οργανώσεων</b>                      | Να αντιλαμβάνονται τους λόγους δημιουργίας οργανώσεων και του σκοπού που επιτελούν   | Η ανάδειξη των κριτηρίων και της αναγκαιότητας δημιουργίας των οργανώσεων   |
| <b>1.3 Στόχοι οργάνωσης</b>                                  | Να κατανοούν και να διακρίνουν τους στόχους σε θεσμικούς και λειτουργικούς των οργανώσεων  | Η έννοια των κατηγοριών των στόχων της οργάνωσης και τα κριτήρια διάκρισής τους σε θεσμικούς και λειτουργικούς  |
| <b>1.4 Τύποι οργανώσεων</b>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να συγκρίνουν τις οργανώσεις με κριτήριο την αποστολή ή τον σκοπό τους</li> <li>▪ Να διακρίνουν, σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους, τις οργανώσεις σε κερδοσκοπικές ή εμπορευματικές και μη κερδοσκοπικές ή μη εμπορευματικές οργανώσεις</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η παραγωγή κριτηρίων, ομαδοποίηση και ταξινόμηση αυτών με κριτήριο την αποστολή και το σκοπό τους.</li> <li>• Η απόδοση και ερμηνεία των χαρακτηριστικών των κερδοσκοπικών ή εμπορευματικών και μη κερδοσκοπικών ή μη εμπορευματικών οργανώσεων</li> </ul> |
| <b>1.5 Συστημική προσέγγιση οργάνωσης</b>                    | Να αντιλαμβάνονται τι είναι σύστημα και να διακρίνουν τα συστήματα σε ανοικτά, κλειστά, δυναμικά, στατικά σε πολύπλοκα και απλά  | Η απόδοση και ερμηνεία της έννοιας των συστημάτων και η επεξήγηση των χαρακτηριστικών τους  |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<br/>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>                 | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση:  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|--|--|--|
| <b>2.1 Οικονομικοί οργανισμοί και επιχειρήσεις</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται την έννοια των οικονομικών οργανισμών και να διακρίνουν τα χαρακτηριστικά τους</li> <li>• Να διαχωρίζουν την έννοια των οικονομικών οργανισμών από τις επιχειρήσεις οι οποίες αποτελούν υποσύνολο των οικονομικών οργανισμών.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η απόδοση και ερμηνεία των οικονομικών οργανισμών και των χαρακτηριστικών τους</li> <li>• Η ανάδειξη των κριτηρίων διάκρισης των οικονομικών οργανισμών και επιχειρήσεων</li> </ul> |
| <b>2.2 Η επιχείρηση</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν τον ορισμό της επιχείρησης αναπτύσσοντας παραδείγματα καθώς και τους λόγους συμβολής των επιχειρήσεων στη ανάπτυξη της οικονομίας.</li> <li>• Να κατανοούν και να επεξηγούν τα στοιχεία της επιχείρησης και να συνδέουν τη διάρκεια ζωής της με τον επιχειρηματικό κίνδυνο και το επαναλαμβανόμενο κέρδος</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η έννοια της επιχείρησης και η συμβολή της στην οικονομία</li> <li>• Τα στοιχεία της επιχείρησης και η αξιολόγησή τους</li> </ul>   |
| <b>2.3 Η επιχείρηση ως κοινωνική οργάνωση</b>      | Να επισημαίνουν τους λόγους για τους οποίους η επιχείρηση αποτελεί κοινωνική πραγματικότητα και η σύνδεσή της με την έννοια της επιχειρηματικότητας  | Τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης ως κοινωνικής οργάνωσης και η σχέση μεταξύ επιχείρησης και επιχειρηματικότητας.  |
| <b>2.4 Κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης</b>        | Να αναλύουν τις κυριότερες ευθύνες της επιχείρησης προς την κοινωνία   | Η ανάλυση της έννοιας της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης   |
| <b>2.5 Η επιχείρηση ως θεσμός</b>                  | Να εξηγούν την έννοια του θεσμού και να γνωρίζουν την ίση σπουδαιότητα της επιχείρησης με τους θεσμούς της οικογένειας, του σχολείου, της δικαιοσύνης  | Η ερμηνεία της έννοιας της επιχείρησης ως θεσμός   |
| <b>2.6 Πολιτιστική διάσταση της επιχείρησης</b>    | Να γνωρίζουν την έννοια της κουλτούρας<br>Να εξηγούν την έννοια της κουλτούρας με παραδείγματα   | Η ανάδειξη της κουλτούρας ενός από τα κυριότερα συστατικά της επιχείρησης  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>2.7 Η επιχείρηση ως σύστημα</b>                           | Να κατανοούν ότι η επιχείρηση αποτελεί σύστημα  | Η επεξήγηση των χαρακτηριστικών της επιχείρησης σύστημα  |
| <b>2.8 Προϋποθέσεις επιβίωσης, επιτυχίας της επιχείρησης</b> | Να κατανοούν τους λόγους επιβίωσης της επιχείρησης λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη τους τέσσερεις συντελεστές της παραγωγής  | Η σημασία των συντελεστών της παραγωγής ως βασικής προϋπόθεσης της διαχρονικής επιβίωσης και επιτυχίας της επιχείρησης.    |
| <b>2.9 Η επιχείρηση και το Περιβάλλον</b>                    | Να γνωρίζουν τους παράγοντες που αποτελούν το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης  | Η διάκριση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης   |
| <b>2.10 Οργανόγραμμα επιχείρησης</b>                         | Να ορίζουν την έννοια του οργανογράμματος της επιχείρησης και να γνωρίζουν τους λόγους από τους οποίους εξαρτάται το οργανόγραμμα της επιχείρησης                                       | Η ανάλυση και η ερμηνεία του οργανογράμματος της επιχείρησης   |
| <b>2.11 Διακρίσεις επιχειρήσεων</b>                          | Να κατανοούν τις διακρίσεις των επιχειρήσεων ανάλογα με την μορφή ιδιοκτησίας, ανάλογα με τη νομική τους μορφή, ανάλογα με το αντικείμενο απασχόλησής τους, ανάλογα με το μέγεθός τους. | Η ταξινόμηση και η ανάλυση των μορφών των επιχειρήσεων των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος και τις δραστηριότητές τους. |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b><br><b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</b>        | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση:   | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|---|---|--|
| <b>3.1 Έννοια της φύση της παραγωγής</b>              | Να εξηγούν την έννοια της παραγωγής και να γνωρίζουν τη σημασία της λειτουργίας της παραγωγής σαν σύστημα.  | Η ερμηνεία της έννοιας της παραγωγής και της διαδικασία της παραγωγής σαν σύστημα.   |
| <b>3.2 Λειτουργίες της διοίκησης παραγωγής</b>        | Να κατανοούν τις δραστηριότητες της διοίκησης παραγωγής και να αντιλαμβάνονται τους αντικειμενικούς σκοπούς της διοίκησης παραγωγής   | Η επεξήγηση και ταξινόμηση των σκοπών και των δραστηριοτήτων της διοίκησης παραγωγής   |
| <b>3.3 Διοίκηση παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν ότι η διοίκηση παραγωγής εκτός από τον τομέα των προϊόντων εφαρμόζεται και στον τομέα των υπηρεσιών και να αναφέρει παραδείγματα.</li> <li>• Να εξηγούν τη σημασία της διοίκησης παραγωγής από οικονομικής, κοινωνικής και οικολογικής άποψης.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η ανάλυση της διοίκησης παραγωγής για τους οικονομικούς οργανισμούς</li> <li>• Η σημασία της διοίκησης παραγωγής από οικονομικής, κοινωνικής και οικολογικής άποψης.</li> </ul> |
| <b>3.4 Σχεδιασμός προϊόντων και υπηρεσιών</b>         | Να γνωρίζουν τις ιδέες και τις πληροφορίες που λαμβάνονται υπόψη για το σχεδιασμό ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.  | Η επεξεργασία των πληροφοριών για τον σχεδιασμό των προϊόντων και η σημασία του για τις επιχειρήσεις   |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<br/>ΜΑΡΚΕΤΙΝΚ (MARKETING)</b>                   | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση:  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b><br>Ο εκπαιδευτικός – διδακτέα ύλη  |
|---|--|---|
| <b>4.1. Εισαγωγή – Έννοιες και περιεχόμενο του μάρκετινγκ</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να γνωρίζουν τι περιλαμβάνει το Μάρκετινγκ</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται το σκοπό της στρατηγικής που εφαρμόζει το Μάρκετινγκ</li> <li>• Να αναλύουν τα στοιχεία που εξετάζει το Μάρκετινγκ.</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται ποιος είναι ο σκοπός της έρευνας της αγοράς για τον σχεδιασμό του Μάρκετινγκ.</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η έννοια και η εφαρμογή του Μάρκετινγκ</li> <li>• Η ανάδειξη της σημασίας της στρατηγικής του Μάρκετινγκ</li> <li>• Η επεξήγηση και ανάλυση των στοιχείων που εξετάζει το Μάρκετινγκ</li> <li>• Η ανάδειξη και ο σκοπός της έννοιας «έρευνα αγοράς» .</li> </ul>   |
| <b>4.1.2 Ενέργειες του μάρκετινγκ</b>                         | Να κατανοούν και να αξιολογούν τις ενέργειες του Μάρκετινγκ  | Η ανάλυση και διάκριση των ενεργειών του Μάρκετινγκ   |
| <b>4.1.3 Η συμπεριφορά του καταναλωτή</b>                     | Να αντιλαμβάνονται ότι ο τομέας της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι ένας από τους στόχους του Μάρκετινγκ   | Η ανάλυση και επεξήγηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή ως το επίκεντρο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.   |
| <b>4.1.4 Η ιδεολογία του Μάρκετινγκ</b>                       | Να κατανοούν τη βασική ιδεολογία του Μάρκετινγκ  | Η επεξήγηση και ανάλυση των προτιμήσεων του καταναλωτή σε σχέση με τις ανάγκες και τις συνήθειες του.   |
| <b>4.1.5 Οι χρήστες του Μάρκετινγκ</b>                        | Να κατανοούν και να διακρίνουν τους χρήστες του Μάρκετινγκ   | Οι χρήστες του Μάρκετινγκ: Ιδιωτικές , δημόσιες και μεικτές επιχειρήσεις  |
| <b>4.2 Μείγμα Marketing και Βασικές λειτουργίες</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να κατανοούν και να επεξηγούν τον όρο "μείγμα μάρκετινγκ".</li> <li>▪ Να αντιλαμβάνονται τη σύνδεση του προϊόντος με συστατικά του μείγματος μάρκετινγκ.</li> <li>▪ Να ορίζουν και να κατανοούν τα 4 στάδια του κύκλου ζωής ενός προϊόντος.</li> <li>▪ Να αναγνωρίζουν τη διαφορά μεταξύ των βασικών λειτουργιών του Μάρκετινγκ.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Η ερμηνεία της έννοιας και το περιεχόμενο του μείγματος Μάρκετινγκ.</li> <li>▪ Η ανάδειξη της χρησιμότητας των 4-Ps στη διαμόρφωση της εικόνας του προϊόντος μιας επιχείρησης.</li> <li>▪ Η ανάλυση του κύκλου ζωής του προϊόντος.</li> <li>▪ Η ανάλυση και ανάπτυξη των λειτουργιών του Μάρκετινγκ στην αποδοτικότητα της επιχείρησης.</li> </ul> |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>4.2.1 Σχέση Μάρκετινγκ με την παραγωγή και τους άλλους κλάδους</b>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να συνειδητοποιούν την αναγκαιότητα της συνεργασίας του τμήματος Μάρκετινγκ με τους άλλους κλάδους επιστημών.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Η σημασία της συνεργασίας της επιστήμης του Μάρκετινγκ με την παραγωγή και τις άλλες επιστήμες.</li> <li>▪ Η προσαρμογή της στρατηγικής του Μάρκετινγκ στα δεδομένα του ανταγωνισμού και της επίδρασης της παγκοσμιοποίησης.</li> </ul>   |
| <b>4.3 Διοίκηση πωλήσεων / Εισαγωγικές έννοιες στη λειτουργία των πωλήσεων.</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να κατανοούν και να διακρίνουν το σκοπό και το αντικείμενο της διοίκησης των πωλήσεων.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Η συμβολή των άμεσων και έμμεσων πωλήσεων στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.</li> <li>▪ Τρόποι αύξησης των πωλήσεων.</li> </ul>  |
| <b>4.4 Σταδία της διαδικασίας των πωλήσεων, Τεχνικές πωλήσεων / Πραγματοποίηση Πωλήσεων</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να αντιλαμβάνονται τα στάδια της διαδικασίας των πωλήσεων.</li> <li>▪ Να διακρίνουν τους βασικούς παράγοντες που συντελούν στην τεχνική μιας πώλησης.</li> <li>▪ Να αντιλαμβάνονται και να διαχωρίζουν τους διάφορους τύπους πελατών.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Η ανάλυση των σταδίων της διαδικασίας των πωλήσεων.</li> <li>▪ Τεχνικές πώλησης και η αξιολόγησή τους</li> <li>▪ Η διάκριση και τρόποι χειρισμού των διαφόρων τύπων πελατών.</li> </ul>   |
| <b>4.4.1 Συνεργασία του τμήματος Πωλήσεων με τα άλλα τα τμήματα.</b>                        | <p>Να αντιλαμβάνονται τη σημασία της συνεργασίας των εμπλεκόμενων τμημάτων στην προώθηση των προϊόντων.</p>   | <p>Η συνεργασία του τμήματος Πωλήσεων με τα άλλα τμήματα της επιχείρησης.</p>  |
| <b>4.5 Το ψηφιακό Μάρκετινγκ</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Να εξηγούν την έννοια και το σκοπό του ψηφιακού Μάρκετινγκ</li> <li>▪ Να γνωρίζουν τα κυριότερα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στο ψηφιακό Μάρκετινγκ.</li> <li>▪ Να αντιλαμβάνονται τι είναι το άμεσο Μάρκετινγκ και ποια τα οφέλη του.</li> <li>▪ Να ορίζουν την έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου και να αξιοποιούν τις πληροφορίες που προκύπτουν από αυτό.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ορισμός του ψηφιακού Μάρκετινγκ.</li> <li>▪ Ο εντοπισμός των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην εφαρμογή του ψηφιακού Μάρκετινγκ.</li> <li>▪ Η ερμηνεία της έννοιας του άμεσου Μάρκετινγκ και η σύνδεση του με το ηλεκτρονικό εμπόριο.</li> <li>▪ Η αξιοποίηση των πληροφοριών που συλλέγονται με τη χρήση του ψηφιακού Μάρκετινγκ.</li> </ul> |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ. 5<br/>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ</b>  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση::  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|--|---|--|
| <b>5.1 Εισαγωγικές έννοιες στη Χρηματοοικονομική Πολιτική και Διοίκηση</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν και να προσεγγίζουν τη σημασία της επιχείρησης ως το κύτταρο της οικονομίας μιας χώρας.</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται τον ορισμό της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης και σε τι στοχεύουν οι αποφάσεις που παίρνουν οι επιχειρήσεις.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Απόδοση και ερμηνεία της Χρηματοοικονομικής πολιτικής και διοίκησης.</li> </ul>   |
| <b>5.2 Το Περιεχόμενο της Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν τις βασικές λειτουργίες της επιχείρησης στα πλαίσια της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης</li> <li>• Να κατανοούν την κάθε λειτουργία της επιχείρησης ξεχωριστά.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Επεξήγηση των επιμέρους λειτουργιών της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης της επιχείρησης.</li> </ul>  |
| <b>5.3 Το Χρήμα – Ορισμός και Διαχρονική αξία του χρήματος. Αγοραστική και συναλλαγματική Αξία</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται την έννοια του χρήματος.</li> <li>• Να κατανοούν και να επεξηγούν τα πλεονεκτήματα της κυκλοφορικής του χρήματος στην ανάπτυξη και στην κρίση της οικονομίας.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Λειτουργίας του χρήματος.</li> </ul>  |
| <b>5.4 Το κόστος του χρήματος – Άντληση κεφαλαίων και πηγές χρηματοδότησης.</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αναγνωρίζουν τις πηγές άντλησης και χρηματοδότησης κεφαλαίων για τη λειτουργία της Επιχείρησης.</li> <li>• Να διακρίνουν τη διαφορά του Τραπεζικού δανεισμού από άλλες πηγές κεφαλαίων.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Πληροφορίες για άντληση κεφαλαίων και πηγών χρηματοδότησης των αναγκών μιας επιχείρησης.</li> </ul>                                       |
| <b>5.5 Αξιολόγηση των πηγών και τρόπων χρηματοδότησης και επενδύσεων.</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν την έννοια “Αξιολόγηση επενδυτικών προγραμμάτων”.</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται τη σημασία της σωστής διαχείρισης των κεφαλαίων που αντλούνται για τη χρηματοδότηση της Επιχείρησης.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αξιολόγηση των Επενδυτικών προγραμμάτων καθώς και των πηγών και τρόπων Χρηματοδότησης. σύμφωνα με τις ανάγκες λειτουργίας της.</li> </ul> |
| <b>5.6 Διαχείριση κεφαλαίων</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν τις έννοιες “ιεράρχηση αναγκών” και “Οριοθέτηση των στόχων” της επιχείρησης.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Πληροφορίες για την διαχείριση κεφαλαίων στο αναπτυξιακό πρόγραμμα της επιχείρησης.</li> </ul>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>5.7 Διαχείριση οικονομικών κινδύνων</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Να αποδίδουν την έννοια του πιστωτικού κινδύνου και να επισημαίνουν τους τρόπους έγκαιρης αντιμετώπισης και χειρισμού των προβλημάτων του πιστωτικού κινδύνου.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Οι συνέπειες και η διαχείριση του πιστωτικού κινδύνου στη Χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης.</li></ul> |
|--|--|--|



| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<br/>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ</b>  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση::   | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|---|--|--|
| <b>6.1 Βασικές Έννοιες – Η σημασία των Πληροφοριών και της τεχνολογίας για την Οργάνωση και την Παραγωγικότητα.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν την έννοια “Τεχνολογία Πληροφοριών” .</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται τη σημασία της πληροφόρησης και τις δυνατότητες που προσφέρουν το διαδίκτυο στο on-line μάρκετινγκ.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο όρος “Τεχνολογίες Πληροφορίας” και η σημασία του στην ανάπτυξη της στρατηγικής των επιχειρήσεων.</li> </ul>   |
| <b>6.1.2 Ιστορική εξέλιξη της τεχνολογίας</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αναγνωρίζουν τις διάφορες φάσεις εξέλιξης της τεχνολογίας και της μετάδοσης της πληροφορίας.</li> <li>• Να κατανοούν τη σπουδαιότητα της άμεσης μεταβίβασης της πληροφορίας μέσω διαδικτύου.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η λειτουργία του διαδικτύου και των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων.</li> </ul>   |
| <b>6.1.3 Τα κοινωνικά δίκτυα και οι δυνατότητες που προσφέρουν στις επιχειρήσεις</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν τα οφέλη από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές.</li> <li>• Να συνειδητοποιούν τη σημασία που προσφέρει η δυνατότητα άμεσης σύνδεσης της επιχείρησης με εκατομμύρια ανθρώπων.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οι δυνατότητες που παρέχει η ψηφιακή τεχνολογία στη προώθηση προϊόντων μέσω στοχευμένης διαφήμισης.</li> </ul>  |
| <b>6.1.4 Η σημασία των πληροφοριών και της τεχνολογίας στην οργάνωση και την παραγωγικότητα</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν και να αναγνωρίζουν τη συμβολή της τεχνολογίας στον τομέα της αποτελεσματικότητας και παραγωγικότητας της επιχείρησης..</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η λειτουργία των νέων τεχνολογικών στην οργάνωση και την παραγωγική διαδικασία της επιχείρησης.</li> </ul>  |
| <b>6.2. Η χρήση και η αξιοποίηση της πληροφόρησης</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται τις δυνατότητες των επιχειρήσεων για άντληση πληροφοριών γύρω από τις προτιμήσεις των πελατών μέσω της χρήσης του διαδικτύου.</li> <li>• Να γνωρίζουν τα πέντε στάδια χρήσης του διαδικτύου ως εργαλείο μάρκετινγκ.</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η αξιοποίηση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης για άντληση πληροφοριών.</li> <li>• Τα στάδια χρήσης του διαδικτύου ως εργαλείο του ψηφιακού μάρκετινγκ.</li> </ul>             |
| <b>6.3 Συστήματα διαχείρισης και ανάλυσης πληροφοριών</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν την έννοια του πληροφοριακού συστήματος.</li> <li>• Να κατανοούν τα πλεονεκτήματα της αυτοματοποίησης των διαδικασιών της επιχείρησης.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η συμβολή των πληροφοριακών συστημάτων στον έλεγχο και ανάπτυξη νέων προϊόντων.</li> <li>• Η έννοια του οργανωτικού σχεδιασμού και η αυτοματοποίηση των διαδικασιών.</li> </ul> |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>6.4 Στρατηγική οργάνωσης και διοίκησης των νέων τεχνολογιών στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να συνειδητοποιούν τη σημασία των νέων τεχνολογιών στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η έννοια της επιχείρησης.</li> <li>• Τύπος και μέγεθος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.</li> <li>• Κατηγορίες επιχειρήσεων ανάλογα με το ιδιοκτησιακό καθεστώς και το τομέα δραστηριοποίησής τους.</li> </ul>  |
| <p><b>6.4.1 Επίδραση και χρησιμότητα των τεχνολογιών πληροφορίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις</b><br/> <b>6.4.2 Η συμβολή της τεχνολογίας πληροφοριών στην εξέταση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται την έννοια της γνώσης και της πληροφόρησης ως παράγοντες ανάπτυξης.</li> <li>• Να επισημαίνουν την ανάγκη εφαρμογής νέων μεθόδων οργάνωσης και διοίκησης με την αξιοποίηση των τεχνολογιών πληροφορίας.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η αξιοποίηση των Τ.Π. στην ανάλυση δεδομένων που σχετίζονται με ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.</li> <li>• Μέτρα βελτίωσης της επιχειρηματικής ικανότητας των επιχειρήσεων.</li> <li>• Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και προσφοράς εξειδικευμένης γνώσης.</li> </ul> |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b><br><b>ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ</b><br><b>ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b> | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση::  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>  |
|---|---|---|
| <b>7.1 Βασικές έννοιες – Ορισμοί Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να γνωρίζουν και να κατανοούν τι είναι η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Να επεξηγούν τη σημαντικότητα της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Να γνωρίζουν και να κατανοούν τι είναι η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Να εντοπίζουν και να αξιολογούν τα προβλήματα τα οποία μπορούν να προκύψουν όταν η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού δεν είναι αποτελεσματική</li> <li>• Να αναγνωρίζουν και να κατανοούν τους βασικούς στόχους της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η απόδοση και η ερμηνεία της έννοιας Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Η ανάδειξη της σημασίας της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού για την επιχείρηση.</li> <li>• Η απόδοση και η ερμηνεία της έννοιας Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Η ανάδειξη και ανάλυση των προβλημάτων που προκύπτουν από μια αναποτελεσματική Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Η ανάλυση και η αξιολόγηση των βασικών στόχων της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> </ul> |
| <b>7.2 Λειτουργίες της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού.</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να διακρίνουν και να επεξηγούν τις διάφορες λειτουργίες της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού</li> <li>• Να κατανοούν την έννοια της κουλτούρας η οποία αναπτύσσεται στο ανθρώπινο δυναμικό μιας επιχείρησης.</li> <li>• Να αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα της κουλτούρας για την επιτυχία της επιχείρησης.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η ανάλυση και διάκριση των διαφόρων λειτουργιών της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού.</li> <li>• Η ερμηνεία της έννοιας της κουλτούρας.</li> <li>• Η ανάδειξη της σημασίας της κουλτούρας της επιχείρησης.</li> </ul>   |

| <b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<br/>ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ</b>                                     | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση:  | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|--|--|--|
| <b>8.1 Εισαγωγικές Έννοιες στον Οργανωτικό Σχεδιασμό</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν την έννοια του οργανωτικού σχεδιασμού/οργάνωσης και να αναπτύσσουν τα στοιχεία του οργανωτικού σχεδιασμού/οργάνωσης.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η απόδοση και ερμηνεία του οργανωτικού σχεδιασμού επιχείρησης (παράδειγμα).</li> <li>• Ο εντοπισμός των στοιχείων οργάνωσης/οργανωτικού σχεδιασμού.</li> </ul>                          |
| <b>8.2 Διαίρεση εργασίας – εξειδίκευση και συντονισμός</b>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν και να επεξηγούν ότι η διαίρεση της εργασίας οδηγεί στην εξειδίκευση.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η έννοια της διαίρεσης της εργασίας και στην εξειδίκευση της.</li> </ul>  |
| <b>8.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της εξειδίκευσης</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται και να διακρίνουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της εξειδίκευσης της εργασίας.</li> <li>• Να διακρίνουν τους παράγοντες που προσδιορίζουν τον σχεδιασμό των θέσεων εργασίας.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η ανάδειξη των πλεονεκτημάτων της εξειδίκευσης της εργασίας και ο εντοπισμός των μειονεκτημάτων της.</li> <li>• Η συλλογή πληροφοριών για τον σχεδιασμό των θέσεων εργασίας.</li> </ul> |
| <b>8.4 Εύρος διοίκησης ή ελέγχου</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν το εύρος διοίκησης ή ελέγχου.</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται τους λόγους για τους οποίους ο καθορισμός του εύρους διοίκησης ή ελέγχου είναι σημαντικό ζήτημα για σωστό οργανωτικό σχεδιασμό.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η έννοια του εύρους διοίκησης ή ελέγχου και ο εντοπισμός της καθοριστικής σημασίας του για τον οργανωτικό σχεδιασμό.</li> </ul>   |
| <b>8.5 Υπέρ και κατά των πολλώνιεραρχικών επιπέδων ή μικρού εύρους διοίκησης</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επεξηγούν τα υπέρ και τα κατά των πολλών ιεραρχικών επιπέδων ή του μικρού εύρους διοίκησης.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η αναγνώριση και η ερμηνεία των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων των πολλών ιεραρχικών επιπέδων ή του μικρού εύρους διοίκησης.</li> </ul>  |
| <b>8.6 Σχεδιασμός τμημάτων</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν την διάκριση μεταξύ τμηματοποίησης και ομαδοποίησης.</li> <li>• Να αναγνωρίζουν τα βασικά κριτήρια</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η τμηματοποίηση και ομαδοποίηση των θέσεων εργασίας</li> <li>• Η διαμόρφωση κριτηρίων για τη διάκριση των</li> </ul>  |

|   | τμηματοποίησης της επιχείρησης.  | κριτηρίων τμηματοποίησης της επιχείρησης.  |
|---|--|--|
| <b>8.7 Μορφές τμηματοποίησης</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται και να κατανοούν τις μορφές τμηματοποίησης.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μορφές της τμηματοποίησης (κατά λειτουργία, κατά προϊόν, γεωγραφική, μικτή τμηματοποίηση).</li> <li>• Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα κάθε μορφής.</li> </ul> |
| <b>8.8 Κριτήρια αποτελεσματικής τμηματοποίησης</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται ότι τα κριτήρια αποτελεσματικής τμηματοποίησης πρέπει να επιλέγονται με βάση τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες της επιχείρησης.</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η διαμόρφωση κριτηρίων αποτελεσματικής τμηματοποίησης για μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.</li> </ul>   |
| <b>8.9 Σχέσεις εξουσίας και βασικές οργανωτικές αρχές</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να διακρίνουν τις σχέσεις εξουσίας και τις βασικές οργανωτικές δομές.</li> <li>• Να αναγνωρίζουν και να συγκρίνουν τις έννοιες: Ευθύνη, Δύναμη, Εξουσία.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο συσχετισμός της εξουσίας και των βασικών οργανωτικών δομών.</li> </ul>  |

| <b>ΚΕΦ. 9</b><br><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ</b><br><b>ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b><br><b>(management)</b> | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ</b><br>Οι μαθητές και οι μαθήτριες θα πρέπει να είναι σε θέση::   | <b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ</b>   |
|---|--|--|
| <b>9.1 Βασικές Έννοιες και ιστορική εξέλιξη της Διοίκησης</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν την έννοια της Διοίκησης.</li> <li>• Να αναγνωρίζουν τα επιμέρους επιστημονικά πεδία της Διοίκησης επιχειρήσεων</li> <li>• Να αναγνωρίζουν τα φιλοσοφικά στάδια εξέλιξης Και τις διάφορες θεωρίες ανάπτυξης της διοικητικής επιστήμης.</li> <li>• Να επεξηγούν το διοικητικό μοντέλο της σύγχρονης προσέγγισης της Διοίκησης μέσω του ανθρώπινου δυναμικού.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Διοίκηση, επιστημονικά πεδία και τα φιλοσοφικά στάδια εξέλιξης της Διοικητικής Επιστήμης.</li> <li>• Θεωρίες εξέλιξης και ανάπτυξης της Διοικητικής Επιστήμης.</li> </ul> |
| <b>9.2 Λειτουργίες της Οργάνωσης και Διοίκησης</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αντιλαμβάνονται και να επεξηγούν τις λειτουργίες της Διοίκησης.</li> <li>• Να επισημαίνουν τη σημασία των λειτουργιών Διοίκησης.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οι λειτουργίες της οργάνωσης και διοίκησης.</li> </ul>  |
| <b>9.3 Η χρησιμότητα και η καθολική εφαρμογή του Management</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν την αναγκαιότητα άσκησης διοίκησης σε διάφορες μορφές οργάνωσης και κοινωνικών συνόλων.</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται γιατί η κάθε περίπτωση απαιτεί <b>ξεχωριστή εφαρμογή</b> του Management .</li> <li>• Να αντιλαμβάνονται γιατί είναι επιβεβλημένη η προσαρμογή των διαδικασιών του Μάνατζμεντ και</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η εφαρμογή του management.</li> </ul>   |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | της ακολουθούμενης στρατηγικής στις επιμέρους ανάγκες των επιχειρήσεων.   |   |
| <b>9.4 Συντελεστές του Management</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να αναγνωρίζουν τους συντελεστές της διοίκησης, να αντιλαμβάνονται τη σημασία του καθενός και να κατανοούν την αλληλεπίδραση που υπάρχει μεταξύ τους.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οι συντελεστές του μάνατζμεντ</li> </ul>   |
| <b>9.5 Γνώσεις, ικανότητες και χαρακτηριστικά των Διοικητικών Συμβούλων</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να επισημαίνουν τις ικανότητες και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των διοικητικών στελεχών των επιχειρήσεων.</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναζήτηση των γνώσεων, ικανοτήτων και χαρακτηριστικών των διοικητικών στελεχών.</li> </ul> |
| <b>9.6 Ορισμός ηγεσίας</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοούν την έννοια της ηγεσίας</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ερμηνεία της έννοιας της ηγεσίας</li> </ul>  |