ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ «Στρατηγική Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων»			
ΣΧΟΛΗ	Σχολή Οικονομικών Επιστημών		
ΤΜΗΜΑ	Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	*Προπτυχιακό*		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	AF702	**ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Στρατηγική Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων		

ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	**ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ**	**ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ**
Διαλέξεις	3	5
Σύνολο	**3**	**5**

ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επιστημονικής Περιοχής (Ειδικότητας), Υποχρεωτικό
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα και η ύλη του μαθήματος έχουν επίκεντρο την επιχείρηση ως σύνολο και στόχος είναι ο φοιτητής να συνδυάσει και να ενοποιήσει τις γνώσεις που έχει ήδη αποκομίσει κατά την διάρκεια των σπουδών του. Δίνει ένα πλαίσιο για να μπορεί ο φοιτητής να αναγνωρίζει και να ανταποκρίνεται στις στρατηγικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Οι φοιτητές διδάσκονται τις βασικές μεθόδους διαμόρφωσης και υλοποίησης της στρατηγικής και μαθαίνει τις αναλυτικές εκείνες προσεγγίσεις που θα φανούν χρήσιμες στην διερεύνηση ενός μεγάλου αριθμού στρατηγικών προβλημάτων. Μαθαίνουν να εξετάζουν πως μια επιχείρηση μπορεί να τοποθετηθεί καλύτερα απέναντι στις δυνάμεις της αγοράς, ώστε να τις επηρεάσει προς όφελός της, καθώς και το πως μια επιχείρηση μπορεί να καινοτομήσει στρατηγικά και να "αλλάξει τους κανόνες του παιχνιδιού" στην αγορά της. Ακόμη πως μια επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει τις μοναδικές ικανότητες εκείνες που είναι απαραίτητες για να επιτύχει, να διατηρήσει και βελτιώσει την θέση της στην αγορά. Τέλος, μαθαίνουν πώς οι στρατηγικές επιλογές «δένονται» με τις καθημερινές δραστηριότητες της επιχείρησης, ώστε να δημιουργηθεί ένας οργανισμός με μεγάλη ικανότητα προσαρμογής στις προκλήσεις του σήμερα και του αύριο.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Κατανοεί τις βασικές έννοιες στρατηγικής και τις απόψεις και προσεγγίσεις που έχουν αναπτυχθεί στη βιβλιογραφία και την επιχειρηματική πρακτική,
2. Χρησιμοποιεί τις τεχνικές και τις μεθόδους στρατηγικής ανάλυσης, να αναγνωρίζει τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους,
3. Κατανοεί πως διαμορφώνεται η στρατηγική, με δεδομένο έναν αριθμό στρατηγικών επιλογών (οι οποίες περιλαμβάνουν: το εύρος και είδος δραστηριοτήτων, την ανταγωνιστική στρατηγική, την υλοποίηση της στρατηγικής μέσω εξαγορών/συγχωνεύσεων/συμμαχιών/ίδιας ανάπτυξης και τον χρονισμό των κινήσεων στρατηγικής),
4. Είναι σε θέση να αξιολογήσει και να επιλέξει τις βέλτιστες επιλογές στρατηγικής,
5. Κατανοήσει τη σημασία της υλοποίησης της στρατηγικής και το ρόλο που διαδραματίζουν στην αποτελεσματική υλοποίηση η κατάλληλη οργάνωση, συστήματα, ανθρώπινο δυναμικό, αξίες, κουλτούρα,
6. Εμβαθύνει στις τεχνικές λήψης στρατηγικών αποφάσεων και τα συνήθη λάθη στη χάραξη και υλοποίηση της στρατηγικής.

Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί σε:

1. Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών.
2. Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
3. Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
4. Λήψη αποφάσεων
5. Αυτόνομη εργασία
6. Ομαδική εργασία

Περιεχόμενο Μαθήματος

1. Εισαγωγή στη Στρατηγική.
2. Στρατηγική ανάλυση εξωτερικού- εσωτερικού περιβάλλοντος, PEST Ανάλυση, πόροι & ικανότητες, SWOT ανάλυση, Όραμα & αποστολή.
3. Βασικές Θεωρήσεις Στρατηγικής, διαδικασίες διαμόρφωσης στρατηγικής των επιχειρήσεων και βαθμός στον οποίο οι Ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθούν αυτές τις διαδικασίες.
4. Στρατηγικές ανάπτυξης, Στρατηγικές Σταθερότητας
5. Στρατηγικές εξυγίανσης- διάσωσης, στρατηγική εξωτερικής ανάθεσης λειτουργιών
6. Στρατηγική μέσω εξαγορών & συγχωνεύσεων – στρατηγικές συμμαχίες, δυνατότητες & προοπτικές Μικρομεσαίων επιχειρήσεων
7. Στρατηγικές Επίτευξης Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος
8. Στρατηγική Διεθνοποίησης (Θεωρητικά Υποδείγματα Διεθνοποίησης, Εταιρικές Στρατηγικές Διεθνοποίησης, Μορφές Διεθνοποίησης), Διεθνοποίηση ελληνικών καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων
9. Τρόποι Υλοποίησης Στρατηγικής, βαθμός επηρεασμού της στρατηγικής μάρκετινγκ, πωλήσεων, παραγωγής, ανθρώπινων πόρων κλπ.
10. Αξιολόγηση, Επιλογή & Υλοποίηση Στρατηγικής

Διδακτικές και Μαθησιακές Μέθοδοι - Αξιολόγηση

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Κατά τις ώρες γραφείου Οι παρουσιάσεις πραγματοποιούνται με χρήση Power Point. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα ηλεκτρονικής επικοινωνίας μέσω e-mail στο διδάσκοντα. Διάθεση ηλεκτρονικών παρουσιάσεων διδασκαλίας στους Φοιτητές, μέσω e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	**Δραστηριότητα**	**Ώρες**
	Διαλέξεις από έδρας, επικουρούμενη από παρουσιάσεις σε ηλεκτρονική μορφή.	30
	Προαιρετική εκπόνηση ατομικής εργασίας Διαλέξεις από ειδικούς – ανοιχτή συζήτηση με φοιτητές Εκπαιδευτική επίσκεψη σε επιχειρήσεις	50
	Αυτοτελής Μελέτη	45
	Σύνολο Φόρτου Εργασίας Εξαμήνου Μαθήματος	**125**
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Η αξιολόγηση των φοιτητών, προκειμένου να τους δοθεί εύρος επιλογών, προτιμήσεων και αξιοποίησης του χρόνου τους, γίνεται με τέσσερεις τρόπους: **Ι. Ασκήσεις πράξης (40 %) και Γραπτή τελική εξέταση (60%).** Οι ασκήσει πράξης είναι ειδικές ασκήσεις που επιλύουν οι φοιτητές με την καθοδήγηση & επίβλεψη της διδάσκουσας. ή **ΙΙ. Εκπόνηση Εργασίας (40%) και Γραπτή τελική εξέταση (60%).** Η εκπόνηση εργασίας είναι προαιρετική, απαιτεί όμως εντατική ενασχόληση του φοιτητή με το αντικείμενο. ή **ΙΙΙ. Ασκήσεις πράξης (40 %), Εκπόνηση Εργασίας (40%) και Γραπτή τελική εξέταση (20%).** ή	

	IV. Γραπτή τελική εξέταση: 100 % για τους φοιτητές που δεν συμμετέχουν στις ασκήσεις πράξης και δεν εκπονούν εργασία. Η τελική γραπτή εξέταση περιλαμβάνει: 1. Ερωτήσεις σύντομης απάντησης 2. Ερωτήσεις κριτικής σκέψης Η αξιολόγηση των φοιτητών είναι προσβάσιμη από αυτούς για επεξηγήσεις αναφορικά με την βελτίωση τους. Τα κριτήρια αξιολόγησης μπορούν να ξανά προσδιορίζονται στην αρχή κάθε εξαμήνου μετά από εισήγηση του διδάσκοντα και απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία

Βιβλιογραφία:

1. Frank t. Rothaermel , 2017, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ, ISBN: 978-618-5131-36-4, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
2. Βλάδος Χάρης , 2017, Στρατηγική μικρομεσαίων επιχειρήσεων, σε συνθήκες κρίσης, ISBN: 978-960-586-160-5, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
3. Johnson Gerry, Scholes Kevan, Whittington Richard , 2016, Βασικές αρχές στρατηγικής των επιχειρήσεων, ISBN: 978-960-586-140-7, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
4. ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ , 2016, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΜΟΣ Α΄ ISBN: 978-960-359-119-1, Εκδότης: ΕΥΓΕΝΙΑ ΑΣΤ.ΜΠΕΝΟΥ

Προτεινόμενη Αρθρογραφία:

1. https://scholar.google.gr/scholar?q=aBSTRACTS+ABOUT+BUSINESS+STRATEGY&hl=el&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
2. https://orsociety.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01605682.2018.1475104#.XcbuttSLSt8