



## FEMME PROJECT TOOLKIT



FEMME “Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants through Education”

KA2 Cooperation for innovation and the exchange of good practices  
KA205 Strategic Partnerships for youth  
Project N°: 2019-1-FR02-KA205-015830



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

*Με την χρήση του Toolkit, αποδέχεστε πλήρως την παρούσα αποποίηση ευθυνών. Το Toolkit δημιουργήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την ανάπτυξη και την ανταλλαγή δραστηριοτήτων των εταίρων και για κανέναν άλλο λόγο και, ως εκ τούτου, δεν θα πρέπει να στηριχθεί από οποιονδήποτε τρίτο. Το περιεχόμενο του Toolkit, δεν αποτελεί νομική συμβουλή και δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως τέτοια.*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Περιεχόμενα

Περιεχόμενο .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Ο σκοπός του Toolkit.....	5
Μεθολογία.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Επιχειρηματικές δεξιότητες – Mine Vaganti NGO.....	6
Προϊόν / Υπηρεσία – PAR.....	11
Παιχνίδι ρόλων μεγάλης επωνυμίας.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Κακοί τύποι & υπερήρωες.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Πρωτοσέλιδη είδηση .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Οι καλύτερες στιγμές.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
Ανάλυση αγοράς – SEAL Cyprus.....	17
Μάρκετινγκ – CID .....	25
Εξυπηρέτηση πελατών – YSBF.....	30
ΤΠΕ (Τεχνολογιών Πληροφοριών και Επικοινωνίας)–.....	34
Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού – MV International...39	
Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι (ΑΕΠ).....	48.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Περιεχόμενο

Το πρόγραμμα FEMME (Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants through Education-Προώθηση της επιχειρηματικής σκεψης των μεταναστών μέσω της εκπαίδευσης), αποσκοπεί στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και των συναφών σκληρών και μαλακών δεξιοτήτων για τις νεαρές μετανάστριες εν δυνάμει επιχειρηματίες γυναίκες. Άμεσος στόχος του έργου θα είναι οι νεαρές μετανάστριες πρώτης και δεύτερης γενιάς ηλικίας 18-25 ετών από τις χώρες εταίρους που πλήττονται από την κοινωνικοοικονομική περιθωριοποίηση, οι οποίες ενδιαφέρονται και έχουν κίνητρο να γίνουν επιχειρηματίες, να ξεκινήσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες.

Η κοινοπραξία των εταίρων συγκροτήθηκε με ιδιαίτερη προσοχή στη διασφάλιση μιας όσο το δυνατόν πληρέστερης εκπροσώπησης των διαφορετικών εθνικών πλαισίων και ιδιαιτεροτήτων που χαρακτηρίζουν την κατάσταση και το επίπεδο ένταξης των γυναικών μεταναστριών στην Ευρώπη. Οι χώρες εταίροι μοιράζονται την πρόκληση της ένταξης των μεταναστών/προσφύγων, όπως επισημαίνεται από τα διαθέσιμα στοιχεία.

Σύμφωνα με την EUROSTAT, οι αλλοδαποί πολίτες αποτελούσαν το 7,5% των κατοίκων των ευρωπαϊκών χωρών την 1η Ιανουαρίου 2017. Η βάση δεδομένων πληροφοριών για το άσυλο (βλ. [www.asylumineurope.org/reports/country/france/statistics](http://www.asylumineurope.org/reports/country/france/statistics)) αναφέρει ότι μόνο κατά τη διάρκεια του 2017 υποβλήθηκαν στη Γαλλία πάνω από 100.000 αιτήσεις για το καθεστώς του πρόσφυγα. Πέραν αυτού, η Γαλλία ξεχωρίζει επίσης για τον σημαντικό πληθυσμό μεταναστών δεύτερης γενιάς, πολλοί από τους οποίους είναι νέοι, οι οποίοι αντιμετωπίζουν καθημερινά προκλήσεις ένταξης από κοινωνική, εκπαιδευτική και εργασιακή άποψη. Η EUROSTAT ποσοτικοποιεί το ποσοστό των κατοίκων υπηκόων χώρας εκτός ΕΕ σε 8,9% στη Γαλλία, 11,3%, στην Κροατία, 7% στην Ιταλία, 13,1% στην Εσθονία και 37,3% στην Κύπρο αντίστοιχα.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Στόχος της εκπαιδευτικής εργαλειοθήκης (Toolkit)

Αυτή η εκπαιδευτική εργαλειοθήκη (Toolkit) που προορίζεται να χρησιμοποιηθεί από τους εκπαιδευτές, ενσωματώνει κατευθυντήριες γραμμές και μεθόδους της μη τυπικής εκπαίδευσης, προσαρμοσμένες στις ανάγκες των εργαζομένων στη νεολαία που επιθυμούν να υλοποιήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα για την ενδυνάμωση των υποψήφιων μεταναστριών επιχειρηματιών.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία του προγράμματος βασίζεται σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και τεχνικών, όπως η έρευνα και η επεξεργασία, η πιλοτική εφαρμογή του οδηγού (piloting the guide), η ανάπτυξη εκπαιδευτικών πόρων, η διαδικτυακή μάθηση και η δοκιμή. Συγκεκριμένα, η παρούσα εργαλειοθήκη (toolkit) αφορά την τρίτη φάση της δημιουργίας εκπαιδευτικού υλικού.

Το αποτέλεσμα αυτής της φάσης θα είναι μια πολύγλωσση Εργαλειοθήκη κατάρτισης που θα περιλαμβάνει ολοκληρωμένα εργαλεία ΕΑΕ για άμεση χρήση από φορείς στον τομέα της νεολαίας σε προγράμματα επιχειρηματικής ενδυνάμωσης που απευθύνονται σε γυναίκες μετανάστριες. Η Εργαλειοθήκη θα παραχθεί από την εταιίρο ΜΚΟ Mine Vaganti, μέσω της συλλογής και επεξεργασίας των εκπαιδευτικών εργαλείων που αναπτύχθηκαν από τους εταίρους στο πλαίσιο της τοπικής και διεθνούς Πιλοτικής Εφαρμογής, ενσωματωμένη με την Αναφορά των Εκπαιδευτών και στις δύο φάσεις. Αυτή η εργαλειοθήκη θα βελτιωθεί περαιτέρω μέσω μιας διαδικασίας διασταυρούμενης αξιολόγησης με τη συμμετοχή εταίρων, συνδεδεμένων εταίρων και ενδιαφερομένων μερών, η οποία θα συμπληρωθεί από μια διεθνή δοκιμή με τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας των εταίρων.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Επιχειρηματικές δεξιότητες – Mine Vaganti NGO

### Εργαστήριο 1

Συνεδρία “Βρες το Επιχειρηματικό σου πλευρά EntreprenSide”	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ανακαλύψτε τις επιχειρηματικές σας ήπιες και κάθετες δεξιότητες (soft and hard skills).</li><li>2. Μάθετε τη διαφορά ανάμεσα στις ήπιες (soft skills) και κάθετες δεξιότητες (hard skills)</li></ol>
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικά με πρακτικά στοιχεία
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	50 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Προφορικές μέθοδοι - μέθοδος γραφής, μέθοδος συνομιλίας, μέθοδος της συζήτησης, Πρακτικές μέθοδοι – εκμάθηση σε διαδικτυακό περιβάλλον
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Μέσω βίντεο – <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UNCnHlljuXI">https://www.youtube.com/watch?v=UNCnHlljuXI</a> Πρακτικό περιεχόμενο - <a href="https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential">https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential</a>
<b>Υλικά</b>	Φορητοί υπολογιστές, τηλέφωνα, βιντεοπροβολέας, αυτοκόλλητες σημειώσεις, πίνακας, φύλλο χαρτιού, σφαιρίδιο κλωστής (επιλογή 2),
<b>Διαδικασία</b>	<p><b><u>1ο μέρος του εργαστηρίου (25 λεπτά)</u></b> Ο εκπαιδευτής εισάγει τους συμμετέχοντες στο θέμα της ‘Επιχειρηματικότητας’ και προβάλλει το βίντεο (10 λεπτά): <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UNCnHlljuXI">https://www.youtube.com/watch?v=UNCnHlljuXI</a></p> <p><b><u>Επιλογή 1 (μπορεί να εφαρμοστεί σε επιτόπιες και διαδικτυακές εκπαιδεύσεις)</u></b></p> <p><b>Επιτόπια και μη επιτόπια εκπαίδευση:</b> Στη συνέχεια ο εκπαιδευτής προετοιμάζει τον πίνακα και τον χωρίζει σε 2 μέρη με – ήπιες και κάθετες δεξιότητες (soft and hard skills). Ακολούθως, χωρίς να εξηγήσει τι ακριβώς είναι οι ήπιες και κάθετες δεξιότητες (soft and hard skills), ζητείται από τους συμμετέχοντες να σκεφτούν ποιες είναι οι απαραίτητες “ήπιες και κάθετες δεξιότητες” (soft and hard skills). για να γίνει κάποιος επιτυχημένος επιχειρηματίας. (5 λεπτά) (Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε διαδικτυακές και επιτόπιες εκπαιδεύσεις)</p> <p><b>Επιτόπια και μη επιτόπια κατάρτιση:</b> Οι συμμετέχοντες γράφουν αυτές τις δεξιότητες σε αυτοκόλλητες σημειώσεις και τις τοποθετούν</p>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

αναλόγως στο τμήμα του πίνακα. Στη συνέχεια, ο εκπαιδευτής με τους συμμετέχοντες εξετάζουν τις λίστες και ζητούν από τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τη γνώμη τους σχετικά με αυτές τις δεξιότητες και γιατί είναι απαραίτητες για να γίνει κάποιος επιτυχημένος επιχειρηματίας. (10 λεπτά)

### **Επιλογή 2 (μπορεί να εφαρμοστεί μόνο σε επιτόπια εκπαίδευση)**

**Επιτόπια εκπαίδευση** (πιο διαδραστική επιλογή που πρέπει να χρησιμοποιηθεί εάν είναι δυνατόν) - όλοι οι συμμετέχοντες κάνουν έναν μεγάλο κύκλο και έχουν μια μπάλα νήματος (ή οποιοδήποτε άλλο είδος κλωστής). Ζητείται από κάθε συμμετέχοντα να ονομάσει μια ήπια δεξιότητα (soft skill) και να πετάξει την μπάλα με την κλωστή σε ένα άλλο άτομο και να κρατήσει την κλωστή πριν την πετάξει. Αυτό συνεχίζεται μέχρι κάθε συμμετέχων να έχει ένα μέρος της κλωστής που κρατάει και έχει φτιάξει έναν ιστό αράχνης. Τότε πρέπει να πετάξουν την κλωστή πίσω στο προηγούμενο άτομο, ώστε να ξεμπερδέψουν τον ιστό της αράχνης και να τον μαζέψουν μαζί, ενώ παράλληλα να κατονομάσουν μια κάθετη δεξιότητα (hard skill) που είναι απαραίτητη για να γίνει κάποιος επιτυχημένος επιχειρηματίας. (15 λεπτά)

### **2ο μέρος του εργαστηρίου (20 λεπτά)**

Το δεύτερο μέρος είναι το πιο πρακτικό μέρος του εργαστηρίου, διότι οι συμμετέχοντες θα συμπληρώσουν το τεστ όπου θα μπορούν να δουν τις δικές τους επιχειρηματικές δεξιότητες.

Σύνδεσμος για το τεστ: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

Αφού οι συμμετέχοντες συμπληρώσουν το τεστ και λάβουν τα αποτελέσματά τους, μπορούν να τα μοιραστούν με τους άλλους συμμετέχοντες (αν το επιθυμούν), αν όχι, είναι ευπρόσδεκτοι να συμμετάσχουν σε μια 10λεπτη συζήτηση σχετικά με τις επιχειρηματικές δεξιότητες και το πώς βλέπουν τους εαυτούς τους ως επιχειρηματίες

Ερωτήσεις που υποβάλλονται:

- Πώς βλέπετε τον εαυτό σας ως επιχειρηματία;
- Ποιες είναι οι ισχυρότερες δεξιότητές σας που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να γίνετε επιχειρηματίας;



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Τι πιστεύετε, όσο αφορά το τι είδους δεξιότητες πρέπει να αποκτήσετε για να γίνετε ακόμη πιο επιτυχημένοι;</li><li>• Τι θα λέγατε - έχετε αναπτύξει περισσότερο ήπιες ή κάθετες δεξιότητες; (soft or hard skills)</li></ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Εργαστήριο 2

Εργαστήριο "Ενισχύστε την ομιλία σας / Boost Your Pitch"	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Δημιουργία μιας επιχειρηματικής παρουσίασης.</li><li>2. Βελτίωση και κατάρτιση των ικανοτήτων των κοινωνικών δεξιοτήτων (π.χ. δημόσια ομιλία και ομαδική εργασία).</li><li>3. Γνώση των βασικών στοιχείων της επιχειρηματικής παρουσίασης και των δεξιοτήτων αποτελεσματικής και επιδραστικής δημόσιας ομιλίας</li></ol>
<b>Τύπος</b>	Πρακτικό με θεωρητικά στοιχεία ανάλυσης βέλτιστων πρακτικών
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	90 λεπτά.
<b>Μέθοδοι</b>	Θεωρητικές μέθοδοι: συγκριτικές μέθοδοι, ανάλυση βέλτιστων πρακτικών. Πρακτικές μέθοδοι: μάθηση μέσω της πράξης, ανοικτές συζητήσεις/σχόλια μεταξύ ομότιμων.
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Περιεχόμενο του Βίντεο: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FrIfes1L7NI&amp;ab_channel=EricProuzet">https://www.youtube.com/watch?v=FrIfes1L7NI&amp;ab_channel=Eri cProuzet</a> Ή <a href="https://www.youtube.com/watch?v=QLUyzXhoBik&amp;ab_channel=Kay">https://www.youtube.com/watch?v=QLUyzXhoBik&amp;ab_channel= Kay</a>  Πρακτικό περιεχόμενο: <a href="https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/">https://piktochart.com/blog/startup-pitch- decks-what-you-can-learn/</a>
<b>Υλικά</b>	Φορητοί υπολογιστές (τουλάχιστον ένας ανά ομάδα), ιδιωτικοί και διαχωρισμένοι χώροι/περιοχές/δωμάτια, (κατά προτίμηση) βιντεοπροβολέας, αυτοκόλλητες σημειώσεις, πίνακας, φύλλο χαρτιού, στυλό.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Διαδικασία

### Εισαγωγή (5 λεπτά):

- Ο εκπαιδευτής ξεκινά χωρίς εισαγωγή: "Ας ξεκινήσουμε με ένα βίντεο και ας το σχολιάσουμε στο τέλος".

1. Βίντεο 1: πιο κλασική παρουσίαση σε ένα εταιρικό πλαίσιο με διαφάνειες, αλλά θα μπορούσε να εκληφθεί ως ασέβεια λαμβάνοντας υπόψη το πρώτο μέρος:  
[https://www.youtube.com/watch?v=FrIfes1L7NI&ab\\_channel=EricProuzet](https://www.youtube.com/watch?v=FrIfes1L7NI&ab_channel=EricProuzet)

2. Βίντεο 2: λιγότερο συνηθισμένη παρουσίαση χωρίς διαφάνειες και πιο δημιουργική και πιο πιασάρικη  
[https://www.youtube.com/watch?v=QLUyzXhoBik&ab\\_channel=Kay](https://www.youtube.com/watch?v=QLUyzXhoBik&ab_channel=Kay)

- Ο εκπαιδευτής κάνει μια εισαγωγική και μια γενική ερώτηση όπως για παράδειγμα "τι κάνει ο πρωταγωνιστής του βίντεο;" και στη συνέχεια ξεκινά με το επόμενο μέρος.

### 1ο μέρος του εργαστηρίου: βέλτιστες πρακτικές και συζητήσεις (30 λεπτά)

- Τι είναι η πρόταση και γιατί/πώς/πότε/που είναι χρήσιμη;
- Βασικά στοιχεία και συμβουλές για μια επιτυχημένη πρόταση.
- Ανασκόπηση μερικών από τις πιο γνωστές προτάσεις εταιρειών (3/5 παραδείγματα από το <https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/>),
- Συζήτηση σχετικά με το τι είναι σημαντικό για τους παρευρισκόμενους στις προτάσεις που παρουσιάστηκαν.
- Αφού οι συμμετέχοντες εκφράσουν τη γνώμη τους, ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τις έννοιες που παρουσιάζει ο συγγραφέας του προαναφερθέντος άρθρου.
- Σύγκριση και τελευταίος γύρος συζήτησης σχετικά με τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ των απαντήσεων των συμμετεχόντων και των προτάσεων του συγγραφέα του ιστολογίου (υποδεικνύεται ως "αγαπημένο takeaway").
- Χώρος για παρακολούθηση και ερωτήσεις

### 2ο μέρος του εργαστηρίου: Απελευθερώστε τη φαντασία σας (30 λεπτά)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

- Αφού οι συμμετέχοντες έχουν μια σαφή ιδέα για το τι είναι μια επιχειρηματική παρουσίαση, το 2ο μέρος αποτελείται από μια πρακτική χρήση των εννοιών που διδάχθηκαν.
- Ο εκπαιδευτής χωρίζει τους συμμετέχοντες σε 2/4 ομοιογενείς ομάδες,
- Κάθε ομάδα πρέπει να σκεφτεί μια επιχειρηματική ιδέα και να την καταγράψει σε μια μορφή επιχειρηματικής παρουσίασης. Ο στόχος αυτού του μέρους δεν είναι η δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής ιδέας, αλλά η δημιουργία ενός πιασάρικου και ενδιαφέροντος τρόπου επικοινωνίας της, ακολουθώντας τους κανόνες και τις βέλτιστες πρακτικές που παρατηρήθηκαν προηγουμένως.
- Στη συνέχεια, ζητείται από κάθε ομάδα να συγκεντρωθεί όσο το δυνατόν πιο ιδιωτικά και να ξεκινήσει μια συζήτηση σχετικά με την επιχειρηματική ιδέα που θα παρουσιάσει και, κυρίως, τον τρόπο παρουσιάσής της. Η ομάδα είναι ελεύθερη να αποφασίσει τον τρόπο παρουσίασης της ιδέας, είτε μέσω ενός μόνο ομιλητή (προτείνεται για λόγους χρόνου) είτε μέσω ολόκληρης της ομάδας,
- Η επιχειρηματική παρουσίαση μπορεί να ακολουθήσει μια ηλεκτρονική παρουσίαση (με τη χρήση του βιντεοπροβολέα) ή απλά προφορική.

### **3ο μέρος του εργαστηρίου: (15 λεπτά)**

- Οι ομάδες πρέπει να πραγματοποιήσουν μια ομιλία και να παρουσιάσουν την πρότασή τους στην υπόλοιπη ομάδα (κάθε ιδέα/πρόταση θα διαρκεί 1-2 λεπτά),
- Αφού κάθε ομάδα παρουσιάσει τη δική της επιχειρηματική ιδέα, ακολουθούν σχόλια και ανοιχτή συζήτηση. Σε αυτό το πλαίσιο, κάθε ομάδα θα πρέπει να λάβει σχόλια τουλάχιστον για ένα σημείο που πρέπει να βελτιώσει και να πάρει μαθήματα.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Προϊόν / Υπηρεσία – PAR

### Εργαστήριο 1

Δημιουργία επωνυμίας για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία - 1η συνεδρία	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: - να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά των επιτυχημένων εμπορικών σημάτων - να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση σχετικά με την επωνυμία
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικό.
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	60 λεπτά
<b>Μεθόδοι</b>	Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος παρουσίασης υπόθεσης, μέθοδος συνομιλίας και συζήτησης.
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Βίντεο και θεωρεία.
<b>Υλικά</b>	Βίντεο και αναγνωστικό υλικό



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Διαδικασία

### → Εισαγωγή (10 λεπτά):

Ο εισηγητής ξεκινά τη συνεδρία με ερωτήσεις προς τους συμμετέχοντες. Τι είναι η επωνυμία / πώς λειτουργεί / ποιο χαρακτηριστικό πρέπει να έχει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία για να είναι επιτυχημένο / μπορείτε να σκεφτείτε κάποια γνωστά προϊόντα ή υπηρεσίες με καλή στρατηγική επωνυμίας / τι τα κάνει τόσο γνωστά / τι θα μπορούσαν να βελτιώσουν / κ.λπ.

Το εισαγωγικό μέρος της συνεδρίας θα διεξαχθεί ως συζήτηση μεταξύ των συμμετεχόντων και του εισηγητή.

### → Κύριο μέρος / υλοποίηση (40 λεπτά):

Για χάρη αυτού του μέρους της συνεδρίας, ο εισηγητής εξάγει μόνο τα προβλήματα της επωνυμίας και δεν παρέχει αμέσως ολόκληρο το κείμενο (<https://www.bython.com/7-most-common-brand-awareness-problems-and-the-solutions/>). Μετά την ανάγνωση του κειμένου, ο ομιλητής συζητά τα προβλήματα με τους συμμετέχοντες και τους ενθαρρύνει να σκεφτούν τις δικές τους λύσεις. Στη συνέχεια, ο ομιλητής παρουσιάζει τις λύσεις από το κείμενο και ενθαρρύνει την περαιτέρω συζήτηση - ζητώντας τη γνώμη σχετικά με τις λύσεις που παρουσιάζονται, συγκρίνοντας τις με εκείνη που συζητήθηκε προηγουμένως.

Στη συνέχεια, ο διδάσκων ξεκινά ένα βίντεο σχετικά με τη στρατηγική επωνυμίας της Coca-Cola (<https://www.youtube.com/watch?v=XhMVWzVXNNk&t=129s>). Μετά την παρακολούθησή του, ο διδάσκων παρουσιάζει την περίπτωση της Coca-Cola ως μια από τις πιο επιτυχημένες μάρκες στον κόσμο. Ο διδάσκων ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τα πιο ενδιαφέροντα σημεία από το βίντεο / τα πράγματα που ήδη γνώριζαν / τα νέα πράγματα που μόλις αποκάλυψαν / τις προτάσεις τους για το τι θα μπορούσε να βελτιωθεί κ.λπ.

### → Κλείσιμο της συνεδρίασης (10 λεπτά):

Ο εισηγητής ζητά από τους συμμετέχοντες να συνοψίσουν τα πιο σημαντικά μέρη της συνεδρίας. -τα χαρακτηριστικά των επιτυχημένων εμπορικών σημάτων, τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν κατά το σχεδιασμό μιας στρατηγικής επωνυμίας και οι πιθανές λύσεις στα προβλήματα αυτά.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Εργαστήριο 2

Δημιουργία επωνυμίας για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία - 2η συνεδρία	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Οι μαθητές θα: <ul style="list-style-type: none"><li>- αποκτήσουν θεωρητικές πληροφορίες σχετικά με την επωνυμία</li><li>- θα αποκτήσουν πρακτικές γνώσεις σχετικά με την επωνυμία</li></ul>
<b>Τύπος</b>	Πρακτικό
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	60 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, εκμάθηση ομαδικής εργασίας, πρακτική εργασιακή μέθοδος.
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Πρακτικό
<b>Υλικά</b>	Πρακτική εξάσκηση
<b>Διαδικασία</b>	<p>→ Εισαγωγή (10 λεπτά):</p> <p>Ο εισηγητής ανοίγει τη συνεδρία μιλώντας για την επωνυμία και τη σημασία της (<a href="https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/">https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/</a> - αυτός ο σύνδεσμος παρέχει το κείμενο για την επωνυμία και μπορεί να είναι χρήσιμο για τον εισηγητή στην αρχή της συνεδρίας. Δεν είναι απαραίτητο ο διδάσκων να μοιραστεί το κείμενο με τους εκπαιδευόμενους, αλλά μόνο να τους δώσει τις πιο σημαντικές πληροφορίες από αυτό)</p> <p>→ Κύριο μέρος / υλοποίηση (40 λεπτά):</p> <p>Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες. Εδώ παρουσιάζονται 6 ασκήσεις, οι οποίες δεν χρειάζεται να συμπεριληφθούν όλες αν δεν υπάρχουν αρκετοί συμμετέχοντες. Σημείωση: οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να εργαστούν σε ζεύγη αντί για ομάδες αν δεν υπάρχουν αρκετοί.</p> <p>Εργασία για την ομάδα αριθ. 1:</p> <p><b>Το κοκτέιλ πάρτι</b> Φανταστείτε ότι η επωνυμία σας είναι ένα άτομο που μόλις εμφανίστηκε σε ένα κλαδικό πάρτι γεμάτο από τους ιδανικούς πελάτες και τους ανταγωνιστές σας.</p>



Περιγράψτε πώς είναι αυτός (ή αυτή!). Τι φοράει; Πώς προσεγγίζει τους ανθρώπους; Τι λέει; Γράψτε όσα περισσότερα χαρακτηριστικά μπορείτε σε μια στήλη.

Στη συνέχεια, φανταστείτε ότι η επωνυμία σας πήγε κρυφά στο μπαρ και ήπιε μερικά Long Island Ice Teas. Επιστρέφει στο πάρτι μεθυσμένη. Πώς ενεργεί διαφορετικά η επωνυμία σας; Είναι πιο αστεία; Μιλάει πιο δυνατά; Πιο συγκρουσιακή; Πώς προσεγγίζει τώρα τους ανταγωνιστές και τους πελάτες; Γράψτε τα σε μια νέα στήλη.

- Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους μαθητές σας να: διερευνήσουν την προσωπικότητα της επωνυμίας και πώς θα μπορούσαν να την ενισχύσουν. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι επωνυμίες έχουν περιθώρια να ανεβάσουν την ένταση της προσωπικότητάς τους.

Εργασία για την ομάδα αριθ. 2:

### Το παιχνίδι σύγκρισης

**Αν η επωνυμία σας ήταν ζώο, θα ήταν λιοντάρι, αετός ή σκύλος ?**

Αυτή η άσκηση αφορά την εξίσωση της μάρκας σας με άλλα αντικείμενα και ανθρώπους. Είναι ένας γρήγορος τρόπος για να αξιολογήσετε την προσωπικότητα και την τοποθέτηση της επωνυμίας σας. Μπορείτε να παίξετε αυτό το παιχνίδι σε πολλές κατηγορίες: αναψυκτικά, διάσημες μάρκες, ζώα, μάρκες ρούχων, υπερδυνάμεις, χρώματα, συγκροτήματα, διασημότητες, συναισθήματα, πόλεις, εργαλεία κ.λπ.

Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους μαθητές σας να: κοιτάξουν μέσα από έναν διαφορετικό φακό για να δουν νέα πράγματα σχετικά με την επωνυμία τους. Για παράδειγμα, μπορεί να ονειρεύονται ότι είναι το λιοντάρι αλλά να συνειδητοποιούν ότι η επωνυμία τους μοιάζει περισσότερο με το αρνί. Υπάρχει κάτι θαυμάσια μη απειλητικό στο να συγκρίνετε την επωνυμία σας με ένα ζώο, το οποίο μπορεί να αποκαλύψει ισχυρές γνώσεις.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Εργασία για την ομάδα αριθ. 3:

**Παιχνίδι ρόλων μεγάλης επωνυμίας.**

**Φανταστείτε ότι ένα διάσημο επωνυμία ανέλαβε την εταιρεία σας.**

Όλοι στην ομάδα σκέφτονται μια διάσημη επωνυμία που θαυμάζουν, κατά προτίμηση εκτός του κλάδου της εταιρείας σας. Θα μπορούσε να είναι μια διασημότητα, ένα αθλητικό franchise, ένα smartphone, οτιδήποτε. Κάθε άτομο μοιράζεται εναλλάξ γιατί επέλεξε την επωνυμία του.

Τώρα πρέπει να φανταστούν ότι η διάσημη αυτή επωνυμία ανέλαβε την εταιρεία τους και να γράψουν τουλάχιστον 3 αλλαγές που θα μπορούσε να κάνει η αγαπημένη τους επωνυμία. Για παράδειγμα, η Apple θα μπορούσε να ανανεώσει τη συσκευασία της, η Google θα μπορούσε να απλοποιήσει την εμπειρία χρήσης του προϊόντος της και η Zappos θα μπορούσε να δώσει λίγη διασκέδαση στην εμπειρία υποστήριξης πελατών της.

Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους μαθητές σας να: σκεφτούν νέους τρόπους για να δημιουργήσουν εμπειρίες επωνυμίας για τους πελάτες τους, αντλώντας έμπνευση από τους μεγαλοεπιχειρηματίες.

Εργασία για την ομάδα αριθ. 4:

**Κακοί και υπερήρωες**

**Αν η επωνυμία σας ήταν υπερήρωας, ποιοι είναι οι κακοί τύποι;**

Ποιος είναι ο κύριος εχθρός των μαθητών σας και από ποια κακά προσπαθούν να απαλλάξουν τον κόσμο; Οι απαντήσεις τους μπορούν να είναι συγκεκριμένες ή αφηρημένες. Για παράδειγμα, μια συμβουλευτική εταιρεία πληροφορικής μπορεί να έχει ως στόχο την εξόντωση των πολύπλοκων λύσεων και των μεγάλων ουρών εξυπηρέτησης. Ένα στούντιο γυμναστικής μπορεί να είναι κατά των εκφοβιστικών μαθημάτων και της έλλειψης αυτοπεποίθησης.

Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους εκπαιδευόμενούς σας να: κατανοήσουν τον ευρύτερο σκοπό της επωνυμίας τους και την αξία που προσφέρουν στους πελάτες τους. Αυτά είναι πράγματα που οδηγούν τον οργανισμό σας και πρέπει να αποτελούν μέρος της επωνυμίας σας. Μερικές φορές, το να είστε ξεκάθαροι για το τι είστε εναντίον, διευκολύνει την κατανόηση του τι υποστηρίζετε.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Εργασία για την ομάδα αριθ. 5:

### **Πρώτη σελίδα ειδήσεων**

**Φανταστείτε αυτό: Σε 10 χρόνια από τώρα, η επωνυμία σας βρίσκεται στις πρωτοσέλιδες ειδήσεις για την επίτευξη μεγαλείου.**

Τι λέει ο τίτλος της εφημερίδας; Έχετε θεραπεύσει ένα πρόβλημα; Μεγαλώσατε και γίνατε ο μεγαλύτερος; Αλλάξατε τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι κάνουν κάτι; Πώς μοιάζει η επιτυχία;

Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους εκπαιδευόμενούς σας να: ευθυγραμμιστούν με το όραμα της εταιρείας τους ή με τον μεγαλύτερο στόχο στον ορίζοντα. Ένα ισχυρό όραμα βοηθά στην καθοδήγηση της επιχειρηματικής στρατηγικής και στην παρακίνηση της ομάδας για την επίτευξή της.

Εργασία για την ομάδα αριθ. 6:

### **Καλύτερες στιγμές**

**Κατανοήστε τι πραγματικά ενδιαφέρει και προσφέρει η επωνυμία σας.**

Μιλήστε για συγκεκριμένες στιγμές που η εταιρεία σας ήταν στα καλύτερά της. Για παράδειγμα, ίσως ήταν η επίλυση μιας πολύπλοκης επιχειρηματικής πρόκλησης για έναν πελάτη. Έκπληξη ενός πελάτη με ένα απροσδόκητα υψηλό επίπεδο υπηρεσιών. Μια ημέρα διασκέδασης της εταιρείας όπου η ομάδα σας ήρθε πιο κοντά. Τι έκανε αυτές τις εμπειρίες τόσο αξέχαστες;

Αυτή η άσκηση θα βοηθήσει τους εκπαιδευόμενούς σας να: κατανοήσουν τι πραγματικά ενδιαφέρει και προσφέρει η επωνυμία τους. Οι πράξεις μιλούν πιο δυνατά από τα λόγια και οι απαντήσεις τους φτάνουν στον πυρήνα της αποστολής και των αξιών της μάρκας σας.

Οι μαθητές θα έχουν 20 λεπτά για να εργαστούν σε ομάδες και στη συνέχεια 20 λεπτά για να παρουσιάσουν τις έννοιες και τις γνώσεις που απέκτησαν μέσα στις ομάδες.

➔ Κλείσιμο της συνεδρίας (10 λεπτά):



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Ο διδάσκων κλείνει τη συνεδρία επαναλαμβάνοντας τις πιο σημαντικές έννοιες από το εισαγωγικό μέρος και ενθαρρύνει τους εκπαιδευόμενους να εμπλακούν κάνοντας ερωτήσεις. Ο λέκτορας ζητά επίσης από τους μαθητές να επισημάνουν τα πιο σημαντικά πράγματα που έμαθαν από τις ομάδες.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Ανάλυση αγοράς - SEAL Cyprus

## Εργαστήριο 1

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ - ΣΥΝΕΔΡΙΑ 1 - ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ	
<b>Αποτελέσματα Μάθησης</b>	<p>Με την ολοκλήρωση αυτής της συνεδρίας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Να εξηγούν τη σημασία και τους κύριους στόχους της ανάλυσης αγοράς,</li><li>2. Να περιγράφουν τη διαδικασία διεξαγωγής μιας ανάλυσης αγοράς,</li><li>3. Να καθορίζουν τους στόχους της ανάλυσης αγοράς- και</li><li>4. Να κατανοήσουν τις διάφορες μεθόδους διεξαγωγής έρευνας.</li></ol>
<b>Τύπος</b>	<p>Τύπος των συνεδριών:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Θεωρητική</li><li>- Πρακτικές</li></ul>
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	<p>Μέρος I: Εισαγωγή - 15 λεπτά Μέρος II: Εφαρμογή - 45 λεπτά Μέρος III: Απολογισμός και συμπέρασμα - 10 λεπτά</p>
<b>Μέθοδοι</b>	<p>Προφορικές μέθοδοι: Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, μέθοδος γραφής, μέθοδος συνομιλίας, μέθοδος παρουσίασης περιπτώσεων, μέθοδος συζήτησης, μέθοδος επίλυσης προβλημάτων.</p> <p>Πρακτικές μέθοδοι: Μέθοδος πρακτικής εργασίας, μέθοδος ανεξάρτητης μάθησης, μέθοδος ομαδικής εργασίας.</p>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	<p><u>Θεωρητικό περιεχόμενο:</u></p> <p>Αναγνωστικό υλικό που δημιουργήθηκε για τη διεύρυνση του περιεχομένου του βίντεο.</p> <p><u>Πρακτικό περιεχόμενο:</u></p> <p>Διάφορες ασκήσεις που θα προωθήσουν τη διαδικασία μάθησης.</p> <p><u>Περιεχόμενο γνώσεων:</u></p> <p>Σύντομα κουίζ- θα αναμένονται αναρτήσεις ολοκληρωμένων εργασιών.</p>
<b>Υλικά</b>	<p>Φύλλα εργασίας μαθητών</p> <p>Στυλό</p> <p>Χαρτί</p>
<b>Διαδικασία</b>	<p><b><u>Μέρος I: Εισαγωγή</u></b></p> <p>Ο εκπαιδευτής του εργαστηρίου ξεκινά ρωτώντας την ομάδα των εκπαιδευομένων αν συμφωνούν με την ακόλουθη δήλωση: "Η κοινή λογική μιας έμπειρης επιχειρηματία είναι εξίσου καλή, αν όχι καλύτερη από τα ευρήματα της ανάλυσης αγοράς".</p> <p><b>Δραστηριότητα 1: Έρευνα ή όχι;</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ζητήστε από τους εκπαιδευόμενους να συζητήσουν την παραπάνω δήλωση και στη συνέχεια να καταγράψουν τις απόψεις τους στο φύλλο εργασίας των εκπαιδευόμενων.</li><li>- Κλείστε τη δραστηριότητα τονίζοντας το γεγονός ότι η ανάλυση της αγοράς είναι μια κοινή πρακτική και σημαντική για τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.</li></ul>



## **Μέρος II: Εφαρμογή**

Η διδασκαλία οδηγεί τους εκπαιδευόμενους να αρχίσουν να σκέφτονται πώς να αρχίσουν να εφαρμόζουν την ανάλυση της αγοράς.

### **Δραστηριότητα 2: Διαδικασία ανάλυσης αγοράς**

- Οι εκπαιδευόμενοι οργανώνουν τη σωστή αλληλουχία μιας τυπικής διαδικασίας ανάλυσης αγοράς.
- Ο εκπαιδευτής παρέχει και εξηγεί τη σωστή σειρά.
- Υπενθυμίζεται στους εκπαιδευόμενους ότι τα βήματα για τη διεξαγωγή μιας ανάλυσης αγοράς μπορεί να διαφέρουν μεταξύ των διαφόρων ερευνών.

Εξηγήστε ότι το πρώτο βήμα στη διαδικασία ανάλυσης αγοράς είναι ο καθορισμός του προβλήματος. Στην πράξη, αυτό σημαίνει την αποσαφήνιση των συγκεκριμένων στόχων της ανάλυσης αγοράς.

### **Δραστηριότητα 3: Στόχοι ανάλυσης αγοράς**

- Οι εκπαιδευόμενοι καλούνται να διακρίνουν τους στόχους μάρκετινγκ και τους μη στόχους μάρκετινγκ.
- Ο εκπαιδευτής ολοκληρώνει τη δραστηριότητα αναφέροντας ότι οι στόχοι μιας ανάλυσης αγοράς είναι η κατανόηση της αγοράς και της αποτελεσματικότητας των πρακτικών μάρκετινγκ.

### **Δραστηριότητα 4: Μελέτη περίπτωσης**

- Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να διαβάσουν την υπόθεση μιας πετρελαϊκής εταιρείας και στη συνέχεια να ολοκληρώσουν τις σχετικές εργασίες.
- Αναλαμβάνοντας το ρόλο του νέου βοηθού διευθυντή μάρκετινγκ της εταιρείας, καθοδηγήστε τους εκπαιδευόμενους να ορίσουν το πρόβλημα της εταιρείας και να προτείνουν δύο στόχους ανάλυσης αγοράς για την κάθε περίπτωση.
- Ο εκπαιδευτής δείχνει τα προτεινόμενα παραδείγματα στους εκπαιδευόμενους και τους υπενθυμίζει ότι οι στόχοι πρέπει να είναι σχετικοί με τη συγκεκριμένη κατάσταση ή εκστρατεία μάρκετινγκ.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Στη συνέχεια, εξηγεί ότι για την επίτευξη των στόχων της ανάλυσης αγοράς απαιτούνται τόσο πρωτογενή όσο και δευτερογενή δεδομένα.

- Καθοδηγεί τους εκπαιδευόμενους να αναφέρουν τα διάφορα είδη πληροφοριών που μπορεί να βρεθούν στα δευτερογενή δεδομένα.
- Τονίζει ότι είναι σημαντικό για την εταιρεία να συλλέγει πρωτογενή δεδομένα για συγκεκριμένες επιχειρηματικές καταστάσεις

#### **Δραστηριότητα 5: Επιλογή της κατάλληλης ερευνητικής προσέγγισης**

- Αυτή η δραστηριότητα παρουσιάζει διαφορετικές ερευνητικές προσεγγίσεις και οι μαθητές καλούνται να αντιστοιχίσουν τους ορισμούς με τις σχετικές καταστάσεις.

#### **Μέρος III: Απολογισμός και συμπέρασμα**

- Κλείστε το εργαστήριο καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι στην περίπτωση της πετρελαϊκής εταιρείας, η καταλληλότερη ερευνητική προσέγγιση για τη συλλογή των απόψεων των καταναλωτών είναι η διεξαγωγή έρευνας με ερωτηματολόγιο.
- Για την προετοιμασία του επόμενου μαθήματος, συνιστάται στους εκπαιδευόμενους να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο για να βρουν παραδείγματα έρευνας ερωτηματολογίου ώστε να εξοικειωθούν με τους διάφορους τύπους ερωτήσεων.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Εργαστήριο 2

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ - ΣΥΝΕΔΡΙΑ 2 - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	<p>Με την ολοκλήρωση αυτής της συνεδρίας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Να αναγνωρίζουν διάφορα μέσα και τεχνικές έρευνας σχεδιασμού,</li><li>2. Να αναγνωρίζουν τους διάφορους τύπους ερωτήσεων ανάλυσης αγοράς ,</li><li>3. Να αποφασίζουν το σχέδιο δειγματοληψίας, τις μεθόδους επαφής, τους τόπους και τους χρόνους για τη διεξαγωγή μιας ερευνητικής έρευνας- και</li><li>4. Να εκτελούν ένα απλό πρόγραμμα ανάλυσης.</li></ol>
<b>Typology</b>	<p>Τύπος των συνεδριών:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Θεωρητική</li><li>- Πρακτικές</li></ul>
<b>Timeframe</b>	<p>Μέρος I: Εισαγωγή - 15 λεπτά Μέρος II: Εφαρμογή - 45 λεπτά Μέρος III: Απολογισμός και συμπέρασμα - 10 λεπτά</p>
<b>Methods</b>	<p><u>Προφορικές μέθοδοι:</u> Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, μέθοδος γραφής, μέθοδος συζήτησης, μέθοδος παρουσίασης περιπτώσεων, μέθοδος συζήτησης, μέθοδος επίλυσης προβλημάτων</p> <p><u>Πρακτικές μέθοδοι:</u> Μέθοδος πρακτικής εργασίας, μέθοδος ανεξάρτητης μάθησης, μέθοδος ομαδικής εργασίας.</p>
<b>Delivery Content(s)</b>	<p><u>Θεωρητικό περιεχόμενο:</u> Αναγνωστικό υλικό που δημιουργήθηκε για τη διεύρυνση του περιεχομένου του βίντεο.</p> <p><u>Πρακτικό περιεχόμενο:</u> Διάφορες ασκήσεις που θα προωθήσουν τη διαδικασία μάθησης.</p> <p><u>Περιεχόμενο γνώσεων:</u> Σύντομα κούιζ, Αναμένεται η μεταφόρτωση ολοκληρωμένων εργασιών.</p>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

<b>Υλικά</b>	Φύλλα εργασίας μαθητών Στυλό Χαρτί
<b>Διαδικασία</b>	<p><b><u>Μέρος I: Εισαγωγή</u></b></p> <p>Ξεκινήστε τη συνεδρία υπενθυμίζοντας στους εκπαιδευόμενους τι διερευνήθηκε στην προηγούμενη συνεδρία και ότι το τέταρτο βήμα της διαδικασίας ανάλυσης της αγοράς είναι ο "Σχεδιασμός ερευνητικών μέσων και τεχνικών".</p> <p><b><u>Μέρος II: Εφαρμογή</u></b></p> <p><b>Δραστηριότητα 6: Καθορισμός ερευνητικών ερωτημάτων</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Παρουσιάστε στους εκπαιδευόμενους τους διαφορετικούς τύπους ερωτήσεων που χρησιμοποιούνται σε ένα ερωτηματολόγιο και, στη συνέχεια, ζητήστε από τους εκπαιδευόμενους να αναπτύξουν τις δικές τους ερωτήσεις για την περίπτωση της πετρελαϊκής εταιρείας.</li></ul> <p>Εξηγήστε στους εκπαιδευόμενους ότι το πέμπτο βήμα της διαδικασίας ανάλυσης αγοράς είναι ο καθορισμός του σχεδίου δειγματοληψίας, το οποίο περιλαμβάνει την απόφαση για τον αριθμό των δειγμάτων και την επιλογή της τεχνικής δειγματοληψίας.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Πριν αποφασίσουν για το σχέδιο δειγματοληψίας, βοηθήστε τους εκπαιδευόμενους να κατανοήσουν την έννοια της λέξης "δείγματα" και στη συνέχεια παρουσιάστε τους τα διάφορα είδη τεχνικών δειγματοληψίας</li></ul> <p><b>Δραστηριότητα 7: Τεχνικές δειγματοληψίας</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ζητήστε από τους μαθητές να συμπληρώσουν το παιχνίδι αντιστοίχισης.</li><li>- Δώστε και εξηγήστε τις απαντήσεις για να ενισχύσετε την κατανόηση των μαθητών σχετικά με τις διάφορες τεχνικές δειγματοληψίας</li></ul> <p>Στη συνέχεια, προτείνετε στους εκπαιδευόμενους ένα σχέδιο δειγματοληψίας για τη διενέργεια ανάλυσης αγοράς για την εξεταζόμενη πετρελαϊκή εταιρεία.</p> <p>Εξηγήστε στους εκπαιδευόμενους ότι το έκτο βήμα στη διαδικασία ανάλυσης αγοράς περιλαμβάνει την απόφαση των μεθόδων επαφής της έρευνας (πώς), των τόπων (πού) και των χρόνων (πότε).</p>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

### **Δραστηριότητα 8: Σύγκριση διαφορετικών μεθόδων επαφής με την έρευνα**

- Παρουσιάστε τρεις κοινές μεθόδους επαφής με την έρευνα. Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να συμπληρώσουν τον συγκριτικό πίνακα σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες των τριών μεθόδων επαφής με την έρευνα.

- Ολοκληρώστε τη δραστηριότητα δηλώνοντας ότι κάθε τύπος μεθόδων επαφής με την έρευνα έχει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του. Επισημάνετε ότι μια επιχείρηση θα πρέπει να επιλέξει την πιο κατάλληλη και συναφή με βάση διάφορους παράγοντες, όπως το κόστος/όφελος, το επείγον ή την ακρίβεια.

Για να εισαγάγετε το έβδομο βήμα της διαδικασίας ανάλυσης αγοράς, εξηγήστε στους μαθητές ότι η εκτέλεση του ερευνητικού προγράμματος περιλαμβάνει τον ακριβή προγραμματισμό του πότε και πώς θα εκπαιδευτούν οι ερευνητές, πότε και πώς θα συλλεχθούν τα δεδομένα.

#### **Μέρος III: Συμπέρασμα**

Συζητήστε όσα διερευνήθηκαν κατά τη διάρκεια αυτής της ενότητας και καταλήξτε στο συμπέρασμα ότι η ποιότητα των συστάσεων εξαρτάται από το πόσο καλά έχει οριστεί κάθε βήμα της διαδικασίας ανάλυσης αγοράς, με επαρκείς επιχειρηματικές γνώσεις και εμπειρία.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Μάρκετινγκ – CID

### Εργαστήριο 1

Πώς να γράψετε ένα καλό σχέδιο μάρκετινγκ	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Με την ολοκλήρωση της 1ης συνεδρίας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: - Να γνωρίζουν τα βασικά στοιχεία του σχεδιασμού μάρκετινγκ - Να γνωρίζουν τα εργαλεία και τα κανάλια που χρησιμοποιούνται για το μάρκετινγκ
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικό
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	80 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, συνομιλίας και συζήτησης.
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Θεωρείες και βίντεο
<b>Υλικά</b>	Βιντεοπροβολέας



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Διαδικασία

### Εισαγωγή (10 λεπτά):

Ο εισηγητής ξεκινά τη συνεδρία με ερωτήσεις προς τους συμμετέχοντες - Τι είναι το σχέδιο μάρκετινγκ / Ποια είναι η θέση του στην επιτυχία μιας επιχείρησης / Πώς λειτουργεί.

### Εφαρμογή (30 λεπτά):

Ο εισηγητής προβάλλει βίντεο:  
<https://youtu.be/TXzsnG5lwwM>

Στη συνέχεια, ο εισηγητής εξηγεί και πάλι θεωρητικά τη σημασία του μάρκετινγκ για την επιτυχία της επιχείρησης. Επικεντρώνεται στο τι αντίκτυπο έχει το μάρκετινγκ στους καταναλωτές. Τέλος, παρουσιάζει τόσο τα καλύτερα όσο και τα πιο αποτυχημένα παραδείγματα μάρκετινγκ για να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να κατανοήσουν καλύτερα τη σημασία του θέματος.

Οι συμμετέχοντες αξιολογούν ανεπιτυχή παραδείγματα μάρκετινγκ. Προσπαθούν να εντοπίσουν τα λάθη και συζητούν για τους τρόπους επίλυσής τους

### Κύριο μέρος (30 λεπτά)

Ο διδάσκων παρουσιάζει βίντεο σχετικά με τη σύνταξη σχεδίου μάρκετινγκ: <https://youtu.be/oBYHzDiHoAg>

Αργότερα ο εισηγητής εξηγεί τα ακόλουθα θέματα: Πώς να προσδιορίσετε τον ιδανικό αγοραστή/ποια είναι τα δυνατά σημεία της επιχείρησής σας /ποιες είναι οι αδυναμίες της επιχείρησής σας /ευκαιρίες για το μέλλον /απειλές για το μέλλον.

προσδιορισμός των στόχων μάρκετινγκ: τι ελπίζουμε να επιτύχουμε με το σχέδιο μάρκετινγκ μας.

Χρόνος για ερωτήσεις (10 λεπτά)

Πώς να γράψετε ένα καλό σχέδιο μάρκετινγκ

<p><b>Αποτελέσματα μάθησης</b></p>	<p>Με την ολοκλήρωση της 2ης συνεδρίας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να προσδιορίζουν τους σκοπούς, τους στόχους και την ομάδα-στόχο της στρατηγικής μάρκετινγκ,</li> <li>- Να δομούν τον τύπο του περιεχομένου που θα παράγουν,</li> <li>- Να προωθούν το περιεχόμενο σε διάφορα κοινωνικά κανάλια ή μέσα ενημέρωσης</li> </ul>
<p><b>Τύπος</b></p>	<p>Πρακτική</p>
<p><b>Χρονοδιάγραμμα</b></p>	<p>80 λεπτά</p>
<p><b>Μέθοδοι</b></p>	<p>Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος ομαδικής εργασίας, μέθοδος ομότιμης εκπαίδευσης,</p>
<p><b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b></p>	<p><u>Περιεχόμενο ILS</u> Συνεδρία υπό την καθοδήγηση του εκπαιδευτή - οι εκπαιδευόμενοι θα λάβουν τις βασικές θεωρητικές πληροφορίες σχετικά με τη δόμηση ενός σχεδίου μάρκετινγκ,</p> <p><u>E-Learning/ Τηλεκπαίδευση</u> Στους εκπαιδευόμενους θα παρέχονται καινοτόμα/δημιουργικά προγράμματα και ιστότοποι για να ενισχύσουν τις γνώσεις τους σε θέματα που σχετίζονται με το μάρκετινγκ,</p> <p><u>Περιεχόμενο γνώσεων</u> Μέσω του παιχνιδιού προσομοίωσης, οι εκπαιδευόμενοι θα αναπαράγουν τις πραγματικές συνθήκες που συναντώνται σε μια εργασία,</p>
<p><b>Υλικά</b></p>	<p>Expectations/Know-How Worksheet PPT/Canva Presentations; Mural Board</p>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Διαδικασία

### **Μέρος I: Εισαγωγή (30 λεπτά)**

Ο προσκεκλημένος εκπαιδευτής θα ανοίξει τη συνεδρία με μια σύντομη παρουσίαση σχετικά με τη "σύνταξη ενός καλού σχεδίου μάρκετινγκ". Κατά τη διάρκεια της διάλεξης, οι συμμετέχοντες θα μάθουν για τους πιο σημαντικούς τομείς του μάρκετινγκ, όπως η διαφήμιση, η συμπεριφορά των καταναλωτών, η επικοινωνία, το λιανικό εμπόριο και άλλα.

Οι εκπαιδευόμενοι θα γνωρίσουν τα "4 Ps" του μάρκετινγκ. ( **product, price, place, promotion/ προϊόν, τιμή, τοποθεσία και προώθηση** )

### **Μέρος II: Αναστοχαστική πρακτική (20 λεπτά)**

#### **Διδάσκω - Αυτοαξιολογώ - Σκέφτομαι - Εξασκούμε**

Για να επιτευχθεί καλή πρόοδος, οι εκπαιδευόμενοι θα περάσουν από έναν αναστοχαστικό κύκλο και θα αποκτήσουν μεγαλύτερη επίγνωση των όσων έχουν αποκτήσει στο προηγούμενο μέρος της συνεδρίας.

### **Μέρος III: Παιχνίδι προσομοίωσης (30 λεπτά)**

Οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε τρεις μικρές ομάδες. Θα τους ανατεθεί να δημιουργήσουν ένα σχέδιο μάρκετινγκ με βάση τις 5 πρακτικές μεθόδους που αναφέρονται παρακάτω.

#### 1. Ενσυναίσθηση (ερευνήστε τις ανάγκες των πελατών σας)

Το πρώτο βήμα για τη συγγραφή ενός καλού σχεδίου μάρκετινγκ περιλαμβάνει τη διεξαγωγή έρευνας χρηστών για να αναπτύξετε μια ενσυναίσθηση του προβλήματος που προσπαθείτε να αντιμετωπίσετε. Η ενσυναίσθηση είναι απαραίτητη σε ένα ανθρωποκεντρικό σχέδιο μάρκετινγκ, επειδή σας βοηθά να αφήσετε στην άκρη την κοσμοθεωρία σας και να αποκτήσετε μια πραγματική εικόνα των ανθρώπων και των αναγκών τους.

#### 2. Ορίστε (αναφέρετε τις ανάγκες και τα προβλήματα των πελατών σας)

Οι πληροφορίες που δημιουργήσατε και συλλέξατε κατά το **στάδιο της Ενσυναίσθησης** συγκεντρώνονται στο **στάδιο του Ορισμού**. Συνθέτετε και αναλύετε τις παρατηρήσεις σας για να ορίσετε τα βασικά ζητήματα που εσείς και η ομάδα σας έχετε εντοπίσει μέχρι στιγμής. Καθώς το κάνετε αυτό, θα πρέπει πάντα να προσπαθείτε να ορίζετε τη δήλωση του ζητήματος με ανθρωποκεντρικό τρόπο.

#### 3. Σκεφτείτε (αμφισβητήστε υποθέσεις και δημιουργήστε ιδέες)

Μόλις οι εκπαιδευόμενοι φτάσουν στο τρίτο στάδιο του σχεδιασμού, είναι έτοιμοι να δημιουργήσουν ιδέες. Ακόμη και αν έχετε μια ισχυρή βάση πληροφοριών από τις προηγούμενες 2 φάσεις, μπορείτε να αρχίσετε να "σκέφτεστε έξω από το κουτί", να αναζητήσετε νέες προοπτικές του σχεδίου



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

και να βρείτε δημιουργικές λύσεις για το περιεχόμενο που έχετε αναπτύξει. Πρέπει να καταλήξετε σε όσο το δυνατόν περισσότερες βιώσιμες επιλογές.

4. Πρωτότυπο (Ξεκινήστε να δημιουργείτε ένα πρωτότυπο του σχεδίου)  
Αυτή είναι μια πειραματική φάση στόχος της είναι να βρείτε την καλύτερη λύση για κάθε μία από τις προκλήσεις που επισημάνθηκαν στα τρία προηγούμενα στάδια. Οι ομάδες δημιουργούν πολυάριθμες εναλλακτικές λύσεις, αναβαθμισμένα αντίγραφα του σχεδίου (ή συγκεκριμένων πτυχών εντός του σχεδίου) σε αυτό το στάδιο για να διερευνήσουν τις λύσεις των ζητημάτων που αναπτύχθηκαν στο προηγούμενο στάδιο

5. Δοκιμή (Δοκιμάστε το σχέδιό σας)  
Το πλήρες σχέδιο δοκιμάζεται εκτενώς από τους "δημιουργούς" ή "αξιολογητές" χρησιμοποιώντας τις καλύτερες λύσεις που βρέθηκαν κατά τη φάση του πρωτοτύπου. Το τελευταίο βήμα του μοντέλου, αν και σε μια επαναληπτική διαδικασία όπως η σχεδιαστική σκέψη, τα αποτελέσματα συχνά αξιοποιούνται για τον επαναπροσδιορισμό ενός ή περισσότερων ζητημάτων. Μπορείτε να επιστρέψετε σε προηγούμενες φάσεις της διαδικασίας για να κάνετε περαιτέρω επαναλήψεις, αλλαγές και βελτιώσεις για να αποκλείσετε άλλες δυνατότητες.

6. Εφαρμόστε (δημοσιοποιήστε το σχέδιό σας)  
Έχετε εξετάσει το σχέδιο μάρκετινγκ σας σε μικρές ομάδες, αλλά τώρα ήρθε η ώρα να το δημοσιοποιήσετε. Το σχέδιό σας μπορεί να έχει δοκιμαστεί στη φούσκα σας, αλλά οι πελάτες σας μπορεί να μην το αποδέχονται.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Εξυπηρέτηση πελατών – YSBF

### Εργαστήριο 1

Εξυπηρέτηση πελατών - 1η συνεδρία	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: - Να γνωρίζουν τη σημασία της εξυπηρέτησης πελατών. - Να γνωρίζουν τα εργαλεία και τα κανάλια που χρησιμοποιούνται για τη διαχείριση της εξυπηρέτησης πελατών.
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικό
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	65 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, συνομιλία και συζήτηση
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Θεωρητική και βίντεο
<b>Υλικά</b>	Βιντεοπροβολέας





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Εργαστήριο 2

Εξυπηρέτηση πελατών - 2η συνεδρία	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: - Μαθαίνουν κοινωνικές δεξιότητες - Να σχεδιάζουν και να εγκαθιστούν το πλαίσιο υποστήριξης πελατών
<b>Τύπος</b>	Πρακτική
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	65 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Πρακτική μέθοδος εργασίας
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Πρακτική
<b>Υλικά</b>	Χαρτιά Α4, στυλό, φορητοί υπολογιστές, βιντεοπροβολέας
<b>Διαδικασία</b>	<p><b>Εισαγωγή (10 λεπτά):</b> Η συνεδρία θα ξεκινήσει με βίντεο σχετικά με ".Γιατί έχει σημασία η εξυπηρέτηση πελατών;". <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nxtaMdu55Ug">https://www.youtube.com/watch?v=nxtaMdu55Ug</a> και ανακεφαλαίωση της 1ης συνεδρίας.</p> <p><b>Εφαρμογή (40 λεπτά):</b> Θα δοθούν στους συμμετέχοντες πρακτικές ασκήσεις για να εκτελέσουν:</p> <p><b>Άσκηση 1 (20 λεπτά)</b> Το εκπαιδευτικό παιχνίδι για την εξυπηρέτηση πελατών: Επιτρέπει στους συμμετέχοντες να κατακτήσουν πραγματικά σενάρια εξυπηρέτησης πελατών. Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα μια ευανάγνωστη ετικέτα με το όνομά του και ζητήστε από όλους να παραμείνουν σε έναν κύκλο. Καθένας από αυτούς θα πρέπει να σκεφτεί δύο ή τρία αιτήματα. Μπορούν να επιλέξουν να κάνουν λογικές και ρεαλιστικές ερωτήσεις ή να τις κάνουν φανταστικές και παράξενες. Ο λέκτορας μπορεί να ξεκινήσει δίνοντάς τους παραδείγματα όπως:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Θέλω να αλλάξω ταμπελάκια με τα ονόματά σας.</li></ul>



- Θα ήθελα μια έπαυλη για τα επόμενα γενέθλιά μου.
- Θέλω να σταθείς στη μέση του κύκλου.

Αφήστε τους να σκεφτούν το αίτημά τους για λίγα λεπτά. Ενημερώστε τα ότι, παρόλο που πρόκειται για παιχνίδι και πρέπει να είναι διασκεδαστικό, δεν πρέπει να διατυπώνουν ανάρμοστα αιτήματα. Στη συνέχεια, δώστε τους τους κανόνες του παιχνιδιού.

Κάθε συμμετέχων πρέπει να φωνάζει εναλλάξ το όνομα που αναγράφεται στην ετικέτα ενός άλλου συμμετέχοντα και να κάνει ένα αίτημα.

Ο συμμετέχων που ονομάστηκε **πρέπει να αρνηθεί χωρίς να πει "Όχι"**, στη συνέχεια να καλέσει έναν άλλο συμμετέχοντα και να κάνει ένα αίτημα - η διαδικασία του αιτήματος και της απόρριψης συνεχίζεται μέχρι να μην απομείνει κανένα αίτημα.

Για να διευκολυνθεί η ομάδα να κατανοήσει το παιχνίδι, ο διδάσκων και ένας άλλος αρχηγός μπορούν να παίξουν για λίγο μέχρι ο διδάσκων να καλέσει το πρώτο μέλος της ομάδας.

### **Άσκηση 2 (25 λεπτά)**

Ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων δημιουργήστε ομάδες και ζητήστε τους να σχεδιάσουν ένα αποτελεσματικό πλαίσιο εξυπηρέτησης πελατών για μια επιχείρηση της επιλογής τους. Ζητήστε τους να χρησιμοποιήσουν τα κανάλια που συζητήθηκαν στην πρώτη συνεδρία και να καθορίσουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του πλαισίου που δημιουργήθηκε..

### **Απολογισμός (10 λεπτά):**

Συζήτηση σχετικά με τις αμφιβολίες των συμμετεχόντων και τα σημαντικά σημεία που πρέπει να έχουν κατά νου.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# ΤΠΕ (Τεχνολογιών Πληροφοριών και Επικοινωνίας)– ΥSΒF

## Εργαστήριο 1

ΤΠΕ - 1η Συνεδρίαση	
<b>Αποτελέσματα Μάθησης</b>	Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: <ul style="list-style-type: none"><li>• Να γνωρίζουν τα ψηφιακά εργαλεία για τη λειτουργία των επιχειρήσεων</li><li>• Να εργάζονται και να εφαρμόζουν ψηφιακά εργαλεία για τη λειτουργία της επιχείρησης</li></ul>
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικό Πρακτική
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	60 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, συνομιλία και συζήτηση, πρακτική μάθηση σε διαδικτυακό περιβάλλον
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Θεωρητικές και πρακτικές ασκήσεις
<b>Υλικά</b>	Βιντεοπροβολέας, χαρτιά Α4, στυλό, φορητοί υπολογιστές



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

<b>Διαδικασία</b>	<p><b>Σημείωση:</b> Ο διδάσκων μπορεί να ετοιμάσει ένα PowerPoint για μεγαλύτερη έμφαση στο θέμα.</p> <p><b>Εισαγωγή (10 λεπτά):</b></p> <p>Ο διδάσκων ξεκινά με εισαγωγή και συζήτηση σχετικά με το γιατί είναι σημαντικό να έχει κανείς τα σωστά ψηφιακά εργαλεία για μια επιχείρηση/ πώς οι επιχειρηματίες πρέπει να γνωρίζουν τα εργαλεία που θα είναι χρήσιμα κατά τη δημιουργία μιας επιχείρησης/ Παρουσιάζοντάς τους τα ψηφιακά εργαλεία που διατίθενται στην αγορά.</p> <p><b>Εφαρμογή (20 λεπτά):</b></p> <p>Ο διδάσκων μιλάει για τα διάφορα εργαλεία και τους σκοπούς τους εν συντομία. <a href="https://www.ruby.com/tools-for-business/">https://www.ruby.com/tools-for-business/</a></p> <p>Διαχείριση έργων και συνεργασία/ Δημιουργία και αποθήκευση εγγράφων/ Παρακολούθηση χρόνου και ταξιδιών/ Γενικές επιχειρηματικές πληροφορίες και καθοδήγηση/ Λογιστική και τήρηση βιβλίων/ Στελέχωση και προσλήψεις προσωπικού/ Σχεδιασμός/ Δημιουργία περιεχομένου/ Δέσμευση πελατών/ SEO/ Δημόσιες σχέσεις/ Δικτύωση/ Ασφάλεια και προστασία προσωπικών δεδομένων/ Νομικά και ανθρώπινο δυναμικό.</p> <p><b>Σύνδεσμοι παραπομπής</b></p> <p><a href="https://startupnation.com/grow-your-business/digital-tools-new-business/">https://startupnation.com/grow-your-business/digital-tools-new-business/</a></p> <p><a href="https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html">https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html</a></p> <p><a href="https://www.descasio.io/21-digital-tools-to-use-for-your-business-in-2021/">https://www.descasio.io/21-digital-tools-to-use-for-your-business-in-2021/</a></p> <p><b>Άσκηση (20 λεπτά)</b></p> <p>Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να δουν και να εξοικειωθούν με τα εργαλεία που τους παρουσιάστηκαν. Ελέγξτε και συζητήστε τυχόν προβλήματα που αντιμετώπισαν οι συμμετέχοντες κατά τον έλεγχο των εργαλείων.</p> <p><b>Απολογισμός (10 λεπτά):</b></p> <p>Συζητήστε για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα σχετικά με τα διάφορα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, καθώς και για τυχόν άλλα ερωτήματα σε σχέση με τη χρήση και την ενσωμάτωση ψηφιακών εργαλείων για την εκκίνηση επιχειρήσεων.</p>
-------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Εργαστήριο 2

ΤΠΕ - 2η συνεδρίαση	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	Οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να: - Να γνωρίζουν τα ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση των επιχειρήσεων - Να εργάζονται και να εφαρμόζουν ψηφιακά εργαλεία για τη δημιουργία ιστοσελίδας της επιχείρησης
<b>Τύπος</b>	Θεωρητικό Πρακτική
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	60 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, μέθοδος διάλεξης και διδασκαλίας, συνομιλία και συζήτηση, πρακτική μάθηση σε διαδικτυακό περιβάλλον
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Θεωρητικές και πρακτικές ασκήσεις
<b>Υλικά</b>	Βιντεοπροβολέας, χαρτιά A4, στυλό, φορητοί υπολογιστές



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

<b>Διαδικασία</b>	<p><b>Σημείωση:</b> Ο διδάσκων μπορεί να ετοιμάσει ένα PowerPoint για μεγαλύτερη έμφαση στο θέμα.</p> <p><b>Εισαγωγή (10 λεπτά):</b> Ο διδάσκων ξεκινάει με την ανακεφαλαίωση της προηγούμενης συνεδρίας και συνεχίζει να τονίζει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν διαδικτυακή παρουσία για να προωθήσουν την επιχείρησή τους.</p> <p><b>Υλοποίηση (10 λεπτά):</b> Ο εισηγητής μιλάει για τις πλατφόρμες και τα εργαλεία που είναι διαθέσιμα για την κατασκευή ιστοσελίδων, τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ και πώς οι συμμετέχοντες μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για τις επιχειρήσεις τους.</p> <p><b>Πωλήσεις και μάρκετινγκ</b> Salesforce/ Mailchimp/ Hootsuite/ Google Analytics</p> <p><b>Κατασκευαστής ιστοσελίδων</b> Wix / Weebly/ SITE123/ Strikingly/ Wordpress/ Jimdo/ SimpleSite/ Webnode/ IM creator/ Mozello</p> <p><b>Σύνδεσμοι αναφοράς</b> <a href="https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/free/">https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/free/</a> <a href="https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html">https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html</a> <a href="https://www.ruby.com/tools-for-business/">https://www.ruby.com/tools-for-business/</a> <a href="https://www.aweber.com">https://www.aweber.com</a></p> <p><b>Άσκηση (30 λεπτά)</b> Αφού εξηγήσει στους συμμετέχοντες τα διάφορα εργαλεία, ο εισηγητής ζητά από τους συμμετέχοντες να δημιουργήσουν έναν ιστότοπο για την επιχείρηση της επιλογής τους χρησιμοποιώντας μία από τις πλατφόρμες που αναφέρθηκαν προηγουμένως.</p> <p><b>Απολογισμός (10 λεπτά):</b> Συζήτηση σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα σχετικά με τις πλατφόρμες που χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία ιστοσελίδας. Συζητήστε για άλλα διαθέσιμα εργαλεία και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους.</p>
-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Επιπλέον  
πληροφορίες**

“Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation” των George Westerman, Didier Bonnet, και Andrew McAfee

“The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age” του David Rogers

“Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business” του Sunil Gupta

“See Sooner, Act Faster: How Vigilant Leaders Thrive in an Era of Digital Turbulence (Management on the Cutting Edge)” των George Day και Paul Schoemaker

“Driving Digital: The Leader’s Guide to Business Transformation Through Technology” του Isaac Sacolick

“Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction” του Tom Siebel

“The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation (Management on the Cutting Edge)” των Gerald Kane, Anh Nguyen Phillips, Jonathan Copulsky, και Garth Andrus

“MicroMarketing: Get Big Results του Thinking and Acting Small” του Greg Verdino



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού – MV International

## Εργαστήριο 1

ΣΥΝΕΔΡΙΟ "Αποφύγετε τον καυγά"	
<b>Αποτελέσματα Μάθησης</b>	Οι συμμετέχοντες θα αναπτύξουν τις δεξιότητές τους στη <b>διαχείριση των συγκρούσεων</b> και στις <b>δεξιότητες διαπραγμάτευσης</b> . Μέσω της άσκησης η ομάδα θα ευαισθητοποιηθεί σχετικά με τις πιθανές συγκρούσεις στο εσωτερικό μιας τυπικής ή άτυπης ομάδας και πώς μπορούν να τις επιλύσουν, χρησιμοποιώντας νέες δεξιότητες άρνησης. Επίσης, οι συμμετέχοντες θα ενισχύσουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες και τη δημιουργική τους σκέψη.
<b>Τύπος</b>	Πρακτική με θεωρητικά στοιχεία
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	70-80 λεπτά
<b>Μέθοδοι</b>	Προφορικές μέθοδοι: Μέθοδος προφορικής παρουσίασης, Μέθοδος συζήτησης Πρακτικές μέθοδοι: Μέθοδος πρακτικής εργασίας
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Θεωρητικό περιεχόμενο σχετικά με τα κύρια θέματα της Διαχείρισης Συγκρούσεων : <a href="https://www.valamis.com/hub/conflict-management-styles#conflict-management-assessments">https://www.valamis.com/hub/conflict-management-styles#conflict-management-assessments</a></li><li>• Βίντεο: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f3NmLUINP80">https://www.youtube.com/watch?v=f3NmLUINP80</a></li><li>• Πρακτικό περιεχόμενο/ Κουίζ αυτοαξιολόγησης : <a href="https://www.trainingcoursematerial.com/free-assessment-tools/conflict-quiz-questionnaire">https://www.trainingcoursematerial.com/free-assessment-tools/conflict-quiz-questionnaire</a></li></ul>
<b>Υλικά</b>	Φορητοί υπολογιστές, βιντεοπροβολέας, τηλέφωνα, πολύχρωμα αυτοκόλλητα, φύλλα χαρτιού A4, στυλό, πολύχρωμοι μαρκαδόροι
<b>Διαδικασία</b>	<b>1ο μέρος του εργαστηρίου (Εισαγωγή- Θεωρητικό μέρος) [25 λεπτά]</b>  Αρχικά, οι συμμετέχοντες θα κληθούν να απαντήσουν σε 3 ερωτήσεις (χωρίς να έχουν καμία πληροφορία για το θέμα) <ul style="list-style-type: none"><li>➢ Τι είναι η διαχείριση των συγκρούσεων;</li><li>➢ Ποιο είναι το θετικό σε μια σύγκρουση;</li><li>➢ Ποιο είναι το αρνητικό σε μια σύγκρουση;</li></ul> Οι απαντήσεις θα είναι σύντομες και θα είναι γραμμένες σε πολύχρωμες αφίσες και κολλημένες σε τρεις στήλες σε έναν πίνακα.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Στη συνέχεια, ο εκπαιδευτής θα παρουσιάσει στους συμμετέχοντες τον ορισμό και τις κύριες καταστάσεις διαχείρισης συγκρούσεων.

<https://www.valamis.com/hub/conflict-management-styles#conflict-management-assessments>

Επίσης, ο εκπαιδευτής θα παρουσιάσει ένα μικρό βίντεο που αναφέρεται στο θέμα:

<https://www.youtube.com/watch?v=f3NmLUINP80>

### **2ο μέρος του εργαστηρίου (διαδραστική άσκηση) [25 λεπτά]**

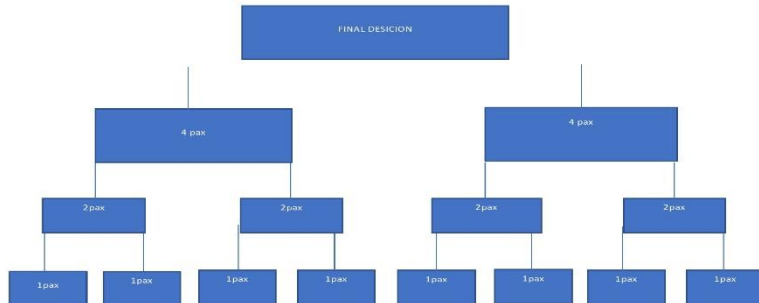
- **Στόχος της άσκησης:** δημιουργία δεξιοτήτων διαπραγμάτευσης και επικοινωνίας μεταξύ των συμμετεχόντων.

#### **Οδηγίες:**

- Κάθε συμμετέχων θα πάρει ένα χαρτί A4 και ένα στυλό και θα πρέπει να γράψει 4 λέξεις που σχετίζονται με τη λέξη "σύγκρουση".
- Ο εκπαιδευτής θα χωρίσει την ομάδα σε ζευγάρια με τυχαίο τρόπο. (Σε περίπτωση περιττού αριθμού ένα ζευγάρι μπορεί να περιλαμβάνει και τον τελευταίο συμμετέχοντα).
- Κάθε ζεύγος πρέπει να αποφασίσει 4 από τις 8 λέξεις που είχε γράψει πρώτα. Στο τέλος θα έχουν συνολικά 4 λέξεις. Όταν οι συμμετέχοντες είναι έτοιμοι, ο εκπαιδευτής θα δώσει το σύνθημα για να ξεκινήσουν. (Ο εκπαιδευτής μπορεί να δώσει συγκεκριμένο χρονικό περιορισμό, κάνοντας την άσκηση πιο έντονη).
- Μετά την τελική απόφαση μεταξύ του κάθε ζευγαριού, θα συγχωνευτούν σε ένα και θα διαπραγματευτούν με ένα άλλο ζευγάρι και το παιχνίδι θα ξαναρχίσει. Τα άτομα που θα διαπραγματευτούν σε κάθε ζευγάρι θα είναι 4 (2 μέλη από κάθε ομάδα).
- Επαναλάβετε τη διαδικασία έως ότου θα υπάρχουν μόνο δύο ομάδες διαπραγμάτευσης και θα πρέπει να παράγουν τις 4 τελικές λέξεις που σχετίζονται με τη λέξη "σύγκρουση". (Ο εκπαιδευτής μπορεί να αυξήσει ή να μειώσει τον δεδομένο χρόνο ανάλογα με την κατάσταση της ομάδας).



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



### **3ο μέρος του εργαστηρίου (απολογισμός-αξιολόγηση)[20 λεπτά]**

Μετά το τέλος της άσκησης ο εκπαιδευτής θα απευθύνει στην ομάδα ορισμένες από τις παρακάτω ερωτήσεις, δημιουργώντας συζήτηση και προβληματισμό σχετικά με τη διαχείριση των συγκρούσεων.

#### **Ερωτήσεις:**

- Αισθάνθηκε κανείς άβολα;
- Πώς αισθανθήκατε κατά τη διάρκεια της άσκησης;
- Ανέλαβε κάποιος το προβάδισμα κατά τη διάρκεια της άσκησης;
- Υπήρξε κάποια σύγκρουση;
- Πώς διαχειριστήκατε τις συγκρούσεις (εάν υπήρχαν);
- Ποια τεχνική χρησιμοποιήσατε κατά τη διάρκεια της άσκησης;
- Τι μάθατε κατά τη διάρκεια αυτής της άσκησης;

Ο εκπαιδευτής μπορεί να προσθέσει περισσότερες ερωτήσεις ή να αναφέρει οποιαδήποτε ιδιαίτερη στιγμή που παρατηρήθηκε κατά τη διάρκεια της άσκησης.

### **ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ [10 λεπτά]**

Μετά το τέλος της συζήτησης ο εκπαιδευτής μπορεί να μοιραστεί με τους συμμετέχοντες το ακόλουθο ερωτηματολόγιο :

<https://www.trainingcoursematerial.com/free-assessment-tools/conflict-quiz-questionnaire>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

	<p>Ο εκπαιδευτής μπορεί να ρωτήσει αν κάποιος από την ομάδα θέλει να μοιραστεί τα αποτελέσματα και να κάνει μια προσωπική δήλωση σχετικά με τα αποτελέσματα ή την άσκηση.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Εργαστήριο 2

Συνεδρία Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού και Φύλο	
<b>Αποτελέσματα μάθησης</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Κατανόηση της έννοιας του ανθρώπινου δυναμικού και της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού</li><li>• Κατανόηση της ανισότητας και της σημασίας της υπέρβασής της στο χώρο εργασίας.</li><li>• Απόκτηση γνώσεων και κατανόηση των μεθόδων πρόσληψης για τη διασφάλιση της αμερόληπτης επιλογής των καλύτερων υποψηφίων</li><li>• Προώθηση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων και της δημιουργικής σκέψης.</li></ul>
<b>Τύπος</b>	Πρακτικό με θεωρητικό περιεχόμενο.
<b>Χρονοδιάγραμμα</b>	90 λεπτά



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

<b>Μέθοδοι</b>	Προφορικές μέθοδοι: προφορική παρουσίαση- μέθοδος παρουσίασης περιπτώσεων- μέθοδος συζήτησης Πρακτική μέθοδος: προσομοίωση- μάθηση μέσω της πράξης
<b>Διανομή Περιεχομένου(ων)</b>	Θεωρητικό περιεχόμενο - Παρουσίαση Powerpoint και αναγνωστικό υλικό Πρακτικό περιεχόμενο - Κουίζ (σενάρια περιπτώσεων)- σχέδιο διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού με την οπτική του φύλου που δημιουργήθηκε από τους συμμετέχοντες
<b>Υλικά</b>	Χαρτί A4, στυλό, φορητός υπολογιστής, βιντεοπροβολέας



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Διαδικασία

### 1ο μέρος της συνεδρίας (θεωρητικό) [30min]

Προετοιμάστε μια παρουσίαση Powerpoint που να εξάγει τα ακόλουθα θέματα από αυτό το άρθρο:

<https://www.whatishumanresource.com/human-resource-management>

- Ποια είναι η σημασία του Ανθρώπινου Δυναμικού;
- Γιατί την αποκαλούμε ως Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού;
- Ποιος είναι ο σκοπός της διαχείρισης των ανθρωπίνου δυναμικού;
- Διαφορά μεταξύ της διαχείρισης προσωπικού και της διαχείρισης ανθρώπινων πόρων.
- Πρωταρχικές αρμοδιότητες του διευθυντή ανθρωπίνου δυναμικού.
- Ποιός είναι ο ρόλος του υπευθύνου ανθρωπίνου δυναμικού;
- Δικαιώματα ενός εργαζομένου
- Στόχοι της διαχείρισης ανθρωπίνου δυναμικού.

Να συμπεριλάβετε ορισμένες διαφάνειες που να αναδεικνύουν τη διάσταση του φύλου στο χώρο εργασίας, ειδικότερα

- Τύποι διακρίσεων λόγω φύλου
- Επιπτώσεις των διακρίσεων λόγω φύλου
- Υπέρβαση της ανισότητας των φύλων στο χώρο εργασίας

Χρήσιμοι σύνδεσμοι για αυτό το μέρος:

<https://www.careerprofiles.info/overcoming-workplace-gender-discrimination.html>

<https://business.tutsplus.com/tutorials/overcome-gender-bias-in-the-workplace--cms-32848>

<https://chronus.com/blog/how-to-overcome-gender-bias-in-the-workplace>

Ο εκπαιδευτής θα ξεκινήσει με μια γενική εισαγωγή στη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων, με τη βοήθεια της παρουσίασης powerpoint που έχει προετοιμαστεί προηγουμένως.

Ο ομιλητής θα μπορούσε να ζητήσει από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν στις ερωτήσεις της διαφάνειας πριν προχωρήσει στην παρουσίαση. Αυτός μπορεί επίσης να είναι ένας τρόπος για να ελέγξει το επίπεδο των γνώσεών τους σχετικά με το θέμα. Στη συνέχεια θα προχωρήσει στην παρουσίαση των τελευταίων διαφανειών για το φύλο και τον εργασιακό χώρο.

Στο τέλος της παρουσίασης ο εκπαιδευτής θα παρουσιάσει εν συντομία ορισμένα σενάρια περιπτώσεων που αφορούν τη διαχείριση του ανθρωπίνου δυναμικού και οι συμμετέχοντες θα κληθούν να τα εντάξουν στις συγκεκριμένες ενότητες που προαναφέρθηκαν



### 2ο μέρος της συνεδρίας (πρακτική άσκηση) [40 λεπτά]

Ετοιμάστε μερικά ψεύτικα βιογραφικά σημειώματα και συνοδευτικές επιστολές που θα παρουσιαστούν στις ομάδες για σκοπούς πρόσληψης. Φροντίστε να τα συμπεριλάβετε.

Ο **στόχος** της άσκησης είναι να δώσει στους συμμετέχοντες μια εναλλακτική οπτική για τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι υποψήφιοι για εργασία κατά την είσοδό τους στην αγορά, αλλά και για το πώς ο Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού επεξεργάζεται μέσα από αυτή τη διαδικασία.

#### **Οδηγίες της άσκησης:**

- Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε 2 ομάδες: εργοδότες και άτομα που αναζητούν εργασία.
- Οι υπεύθυνοι προσλήψεων θα πρέπει να δημιουργήσουν μια φανταστική εταιρεία, περιγράφοντας τον τομέα και τα προϊόντα/υπηρεσίες που πρόκειται να προσφέρει. (5 λεπτά)
- Κάθε ομάδα πρέπει να προετοιμάσει ένα σχέδιο διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού που θα περιλαμβάνει τη διάσταση του φύλου (15 λεπτά).
- Κάθε ομάδα θα πρέπει να εντοπίσει μια κενή θέση εργασίας στην εταιρεία της, οπότε θα πρέπει να προσλάβει έναν νέο εργαζόμενο. Θα πραγματοποιήσει μια πρώτη επιλογή επιλέγοντας από τα προφίλ που έχουν ήδη περιγραφεί στα διαθέσιμα βιογραφικά/συνοδευτικές επιστολές. (5 λεπτά)
- Αφού γίνει η επιλογή, ο εκπαιδευτής θα παραδώσει στα άτομα που αναζητούν εργασία τα προφίλ που έχουν επιλεγεί, ώστε να μπορέσουν να τα υποδυθούν.
- Οι Εργοδότες θα παρουσιάσουν την εταιρεία τους και το σχέδιο διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού τους σε όλους τους συγκεντρωμένους που αναζητούν εργασία.
- Οι υπεύθυνοι προσλήψεων θα προχωρήσουν στην πρόσληψη των αναζητούντων εργασία μέσω σύντομων ατομικών συνεντεύξεων.
- Στο τέλος της διαδικασίας των συνεντεύξεων οι υπεύθυνοι προσλήψεων θα επιλέξουν το καταλληλότερο άτομο για μια θέση στην εταιρεία τους.

Μετά την τελική επιλογή, ο εκπαιδευτής θα ζητήσει από όλους τους συμμετέχοντες να απαντήσουν στις ακόλουθες ερωτήσεις, με στόχο τον προβληματισμό και την έναρξη μιας συζήτησης ανάλογα με το θέμα.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Μερικές από τις ερωτήσεις θα είναι:**

- Γιατί επιλέξατε αυτό το άτομο, ποια πράγματα ήταν σημαντικά για την επιλογή αυτή; (για τους υπεύθυνους προσλήψεων)
- Ποιες ήταν οι δυσκολίες στη διαδικασία; (για όλους)
- Ποιες ιδιαίτερες δυσκολίες αντιμετώπισαν τα άτομα που αναζητούν εργασία ανάλογα με τους ρόλους τους; (για τα άτομα που αναζητούν εργασία)
- Πώς αισθανθήκατε κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης; (για όλους)
- Τι θα θέλατε να αλλάξετε στη διαδικασία; (για όλους)
- Ποια είναι τα εμπόδια για ορισμένες συγκεκριμένες ομάδες που θέλουν να υποβάλουν αίτηση για μια θέση εργασίας; (για όλους)

**ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ [10-20**

**ΛΕΠΤΑ]**

Ο εκπαιδευτής θα αφήσει τους συμμετέχοντες να απευθύνουν ερωτήσεις και πιθανές προτάσεις σχετικά με τη διαδικασία πρόσληψης. Όλοι οι συμμετέχοντες θα έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους σχετικά με τις συνεδρίες.



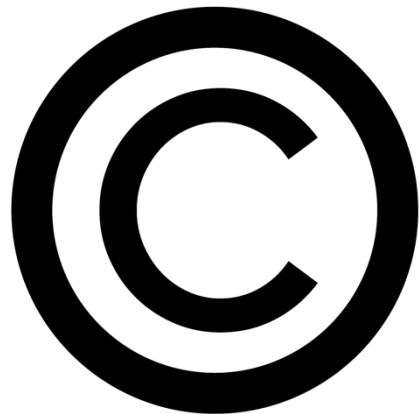
Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι (ΑΕΠ)

Οι Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι (ΑΕΠ) είναι διδακτικό, μαθησιακό και ερευνητικό υλικό σε οποιοδήποτε μέσο - ψηφιακό ή άλλο - το οποίο είναι κοινό κτήμα ή έχει εκδοθεί με ανοικτή άδεια που επιτρέπει την πρόσβαση, τη χρήση, την προσαρμογή και την αναδιανομή χωρίς κόστος από άλλους χωρίς ή με περιορισμένους περιορισμούς.

Τα ΟΕΠ αποτελούν μέρος των "Ανοικτών Λύσεων", μαζί με το Ελεύθερο Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα (FOSS), την Ανοικτή Πρόσβαση (ΑΠ), τα Ανοικτά Δεδομένα (ΑΔ) και τις πλατφόρμες crowdsourcing.

Είναι δυνατόν να εντοπίσετε το έγγραφο μέσω του ακόλουθου κωδικού QR



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.