



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διεύθυνση	Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ.
Αρ. Πρωτ.	40921
Ημερ.	17-09-25

Πανεπιστημιούπολη Αρχαίου Ελαιώνα
Ταχ. Δ/ση : Π. Ράλλη & Θηβών, 122 44 Αιγάλεω
Τηλέφωνο : 210 5381508

E-mail : marikita@uniwa.gr
Πληροφορ.: Μ. Παπαμιχαήλ

Ημερομηνία : Αιγάλεω 17.09.2025
Αριθμ. Πρωτ. : Φ.12/

ΘΕΜΑ : «Αξιολόγηση αιτήσεων υποψηφίων, στο πλαίσιο της πράξης Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού χειμερινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2025-2026»

ΠΡΟΣ: Γραφείο ΕΣΠΑ
υπόψη κας Ε. Κακούρου

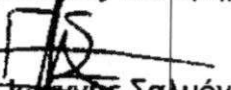
ΣΧΕΤ. :

ΚΟΙΝ.

Σας διαβιβάζουμε απόσπασμα του με αριθμ. 21/17.09.2025 πρακτικού Συνέλευσης Τμήματος, σχετικά με την αξιολόγηση αιτήσεων των υποψηφίων στο πλαίσιο του προγράμματος «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού χειμερινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2025-2026» στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.

Παρακαλούμε για τις δικές σας ενέργειες .

Ο Πρόεδρος του Τμήματος


Ιωάννης Σαλμόν
Καθηγητής

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πρακτικό Συνέλευσης Τμήματος
No 21/17.09.2025

Συνήλθε σήμερα, 17 Σεπτεμβρίου 2025, ημέρα Τετάρτη και ώρα 11:00, η Συνέλευση του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, μέσω τηλεδιάσκεψης, μετά από τη με αριθμ. πρωτ. Φ3/81778/11.09.2025 πρόσκληση του Προέδρου του Τμήματος, Καθηγητή, κ. Ιωάννη Σαλμόν.

Παρόντες από τα μέλη είναι:

1. Αναγνωστοπούλου Γεωργία, Λέκτορας Εφαρμογών
2. Ασωνίτου Σοφία, Καθηγήτρια
3. Γιαννόπουλος Γεώργιος, Επίκουρος Καθηγητής
4. Γκίκας Γρηγόριος, Καθηγητής
5. Γιοβάνης Απόστολος, Καθηγητής
6. Γούλα Ασπασία, Καθηγήτρια
7. Κάβουρα Ανδρονίκη, Καθηγήτρια
8. Κάργας Αντώνιος, Επίκουρος Καθηγητής
9. Κομιστόπουλος Φαίδων, Επίκουρος Καθηγητής
10. Κυτάγιας Χρήστος, Αναπληρωτής Καθηγητής
11. Λουκέρης Νικόλαος, Επίκουρος Καθηγητής
12. Μάνθος Απόστολος, Επίκουρος Καθηγητής
13. Νταλιάνης Κλήμης, Καθηγητής
14. Ντάνος Σταμάτιος, Επίκουρος Καθηγητής
15. Παπακυριακόπουλος Δημήτριος, Αναπληρωτής Καθηγητής
16. Πούλης Αθανάσιος, Επίκουρος Καθηγητής
17. Ριζομυλιώτης Ιωάννης, Αναπληρωτής Καθηγητής
18. Σαλμόν Ιωάννης, Καθηγητής
19. Σαχινίδης Αλέξανδρος, Καθηγητής
20. Σεπετής Αναστάσιος, Αναπληρωτής Καθηγητής
21. Σίμος Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
22. Σπυριδάκος Αθανάσιος, Καθηγητής
23. Τσιριντάνη Μαρία, Καθηγήτρια
24. Ψαρομήλιγκος Ιωάννης, Καθηγητής

Απουσιάζουν οι κ.κ.:

1. Αμίσης Γαβριήλ, Καθηγητής
2. Δρόσος Δημήτριος, Καθηγητής
3. Ζωντήρος Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
4. Καλλιβωκάς Δημήτριος, Επίκουρος Καθηγητής
5. Νόβας Δημήτριος, Λέκτορας Εφαρμογών
6. Πιερράκος Γεώργιος, Καθηγητής
7. Τσότσολας Νικόλαος, Αναπληρωτής Καθηγητής
8. Γκίκα Ελένη, Ε.ΔΙ.Π

Χρέη γραμματέα ασκεί η κα Μ. Παπαμιχαήλ, διοικητικός υπάλληλος, κλάδου Τ.Ε. Διοικητικού-Λογιστικού, Προϊσταμένη Γραμματείας Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Θέμα 5^ο: Αξιολόγηση αιτήσεων υποψηφίων στο πλαίσιο υλοποίησης της Πράξης με τίτλο «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού», χειμερινού εξαμήνου ακαδ. έτους 2025 – 2026.

Η Συνέλευση του Τμήματος, αφού έλαβε υπόψη το με αριθμ. πρωτ. 82146/12.09.2025 πρακτικό της Επιτροπής αξιολόγησης υποψηφίων στο πλαίσιο υλοποίησης της πράξης «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού», η οποία ορίστηκε με τη με αριθμ. 15/20.06.2025 απόφαση Συνέλευσης, **ομόφωνα αποφασίζει**, εγκρίνει τους πίνακες αξιολόγησης των υποψηφίων, ως ακολούθως:

Α) Κρίση αιτήσεων - Αίτηση υποψηφιότητας για τη θέση 47 (ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ)
Αρ. Πρωτοκόλλου: ΔΙΕ27

Για τη θέση 61 του επιστημονικού πεδίου ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ με αριθμό πρωτοκόλλου ΔΙΕ21. Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο/η υποψήφιος/φια πληρεί τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2025-2026 και καλύπτει όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-5).

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης με τον /την υποψήφιο/φια να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 47 «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ»

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ27	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 64 ΜΟΝΑΔΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 47 «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ»

ΔΙΕ27	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 64 ΜΟΝΑΔΕΣ
-------	--

Β) Κρίση αιτήσεων - Αιτήσεις υποψηφιότητας για τη θέση 48 (ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

Αρ. Πρωτοκόλλου: ΔΙΕ25 και ΔΙΕ26

Για τη θέση 48 του επιστημονικού πεδίου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», κατατέθηκαν δυο (2) αιτήσεις. Συγκεκριμένα, οι υποψήφιοι/ες πληρούν τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2025-2026 και καλύπτουν όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-5).

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης των υποψήφιων με βάση την αξιολόγησή τους σε σχέση τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ25	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΕ26	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 86,5 ΜΟΝΑΔΕΣ

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης με τον /την υποψήφιο/φια να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»:

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α
1	ΔΙΕ26
2	ΔΙΕ25

Γ) Κρίση αιτήσεων - Αιτήσεις υποψηφιότητας για τη θέση 49 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)
Αρ. Πρωτοκόλλου: ΔΙΕ24

Για τη θέση 49 του επιστημονικού πεδίου «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», κατατέθηκε μια (1) αίτηση. Συγκεκριμένα, ο/η υποψήφιος/α πληροί τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2025-2026 και καλύπτει όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-5).

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας αξιολόγηση και πίνακας κατάταξης με τον/την υποψήφιο/α να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ24	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α
1	ΔΙΕ24

Άλλο θέμα δεν υπάρχει και το παρόν πρακτικό επικυρώνεται αυθημερόν.

Ο Πρόεδρος

Η Γραμματέας

Τα Μέλη

Ακριβές απόσπασμα
Η Προϊσταμένη Γραμματείας

Μ. Παπαμυχαήλ

Αρ. Πρωτ: 82146

Ημερ.: 12.09.2025

Προς τη

ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

11/09/2025

Συνήλθε σήμερα Πέμπτη 11/9/2025 και ώρα 9.00πμ η επιτροπή όπως ορίστηκε από τη Συνέλευση Τμήματος σχετικά με την κρίση των αιτήσεων για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2025-2026", αποτελούμενη από τον Νικόλαο Λουκέρη, κο Νικόλαο Τσότσολα και κο Ιωάννη Ριζομυλιώτη. Τη θέση της κ. Σοφίας Ασωνίτου στην αρχική επιτροπή αντικατέστησε ο κ. Νικόλαος Λουκέρης. Θέματα για τα οποία η επιτροπή εισηγήθηκε προς τη συνέλευση του Τμήματος ομόφωνα:

ΚΡΙΣΗ ΑΙΤΗΣΕΩΝ**ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΣΗΣ 47 (ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ)**

Για τη θέση 47 του επιστημονικού πεδίου «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ», κατατέθηκε μία αίτηση, αυτή του /της υποψηφίας με αρ. πρωτοκόλλου ΔΙΕ27. Συγκεκριμένα, ο/η υποψήφιος/ια πληρεί τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2025-2026 και καλύπτει όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-8).

Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο/η υποψήφιος/α λαμβάνει την παρακάτω βαθμολογία για την οποία καταγράφεται άμεσα και η αντίστοιχη αιτιολόγηση:

Κριτήρια Αποκλεισμού		Απάντηση
1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2015 (με βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων, τα οποία τεκμηριώνουν και πιστοποιούν τα διαλαμβανόμενα σε αυτό, όπως και η τεκμηρίωση της συνάφειας της διδακτορικής διατριβής με τη θέση)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της ανάρτησης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) στον οποίο αυτή είναι προσβάσιμη ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται απόφαση του ΔΟΑΤΑΠ (ή αποδεικτικό υποβολής αίτησης αποτίμησης στον ΔΟΑΤΑΠ). Σε περίπτωση που δεν υπάρχει, η υποψηφιότητα απορρίπτεται.	ΝΑΙ

6	Σωρευτική σωστή υποβολή διδακτορικού τίτλου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα ανώτατα 5 ακαδημαϊκά έτη	ΝΑΙ
7	Υποβολή διδακτορικού τίτλου και για δεύτερη φορά σε περίπτωση προηγούμενης αποτυχίας	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρους φακέλου με όλα τα υπογεγραμμένα πρωτότυπα έγγραφα της Αίτησης Υποψηφιότητας με τη μορφή που απαιτείται.	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
Α. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
A1	Αιτιολόγηση: Η διδακτορική διατριβή του/της υποψήφιου/ιας έχει σχέση με τη διδασκαλία της Λογιστικής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και αναλυτικότερα εξετάζει μια νέα εκπαιδευτική θεωρία και πρακτική, αυτή της μικτής μάθησης (blended learning). Το περιεχόμενο της έρευνας αυτής αφορά στην εκπαίδευση όλων των μαθημάτων Λογιστικής συμπεριλαμβανομένων της Φορολογικής Λογιστικής και των Λογιστικών Πληροφοριακών Συστημάτων. Ο/Η υποψήφιος/ια διερευνά καινοτόμους μεθόδους διδασκαλίας και μάθησης Λογιστικής τόσο μέσα στην τάξη όσο και μέσω τεχνολογικών πλατφορμών οι οποίες ενισχύουν τις γνώσεις, δημιουργούν δεξιότητες και προωθούν τον αυτοέλεγχο στη μάθηση της Λογιστικής. Το γνωστικό αντικείμενο αφορά σε όλες τις επιμέρους γνωστικές περιοχές της Λογιστικής όπως Χρηματοοικονομική Λογιστική, Διοικητική Λογιστική, Φορολογική Λογιστική, Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα κλπ.	20
A2	Δημοσιευμένο Έργο συναφές με το γνωστικό αντικείμενο της θέσης : Αιτιολόγηση: Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλλει ο/η υποψήφιος/α έχει : 19 δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών εκ των οποίων 4 είναι συναφείς: $4 \times 3 = 12$ 17 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 3 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : $3 \times 2 = 6$ μόρια	18
A3	Μεταδιδακτορική έρευνα <u>σε πεδίο σχετικό με το γνωστικό αντικείμενο της θέσης</u>	0
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α		38
Β. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		

B1	Συνάφεια με την περιγραφή του συνόλου των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο) Αιτιολόγηση: Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα διδασκαλίας για το μάθημα «Φορολογική Λογιστική» είναι εξαιρετικά σχετικό με το αντικείμενο του μαθήματος, καθώς εστιάζει τόσο στις ιδιαιτερότητες του φορολογικού πλαισίου όσο και στον τρόπο αντιμετώπισής του. Οι ομαδικές εργασίες προσφέρουν μια πρακτική προσέγγιση που συνδυάζει θεωρία και πράξη, επιτρέποντας στους φοιτητές να κατανοήσουν τη συνάφεια των ψηφιακών εργαλείων με τον πολύπλοκο τομέα των λογιστικο-φορολογικών υπηρεσιών. Αντίστοιχα, το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα διδασκαλίας για το μάθημα "Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα" είναι πλήρως ευθυγραμμισμένο με το περιεχόμενο του μαθήματος. Εστιάζει σε συγκεκριμένα προγράμματα λογιστικής και εμπορικής διαχείρισης, προσφέροντας πρακτική εφαρμογή και απτές δεξιότητες στους φοιτητές/ φοιτήτριες. Ταυτόχρονα προσφέρονται οι θεωρητικές γνώσεις ώστε να είναι σε θέση οι συμμετέχοντες με τη λήξη του προγράμματος να κατανοούν, εφαρμόζουν και επεξηγούν πώς μπορεί να εφαρμοστούν π.χ. «άνοιγμα εταιρείας» σε συγκεκριμένα προγράμματα, καταχώριση λογιστικών εγγραφών, αλλά και σχεδιασμός πληροφοριακού συστήματος και ανάλυση αναγκών μιας επιχείρησης.	10
B2	Αξιοποίηση καινοτόμων μεθοδολογιών / θεωριών & βιβλιογραφίας Αιτιολόγηση: Ο/Η υποψήφιος/ια έχει περιγράψει με σαφήνεια τον τρόπο που θα εφαρμόσει καινοτόμες μεθόδους διδασκαλίας στο εφικτό πλαίσιο της παρούσας κατάστασης. Έχει κάνει αναφορά σε νέες διδακτικές θεωρίες και σύγχρονη βιβλιογραφία	8
B3	Δομή, οργάνωση, κατανομή ύλης Αιτιολόγηση: Ο/Η υποψήφιος/ια οργανώνει συγκροτημένα και δομημένα την ύλη. Δημιουργεί με λογικό τρόπο μια βατή συνέχεια του γνωστικού αντικειμένου για τους φοιτητές / φοιτήτριες ώστε να προσλάβουν όσο το δυνατόν περισσότερες γνώσεις στο διάστημα του κάθε εξαμήνου. Χρησιμοποιεί όλα τα δυνατά σημεία του διδακτικού εξοπλισμού και εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατές ευκαιρίες για επικοινωνία με τους φοιτητές / φοιτήτριες.	8
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Β		26
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α&Β		64
* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων Α&Β ≥ 30		

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης με τον /την υποψήφιο/φια να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικειμένου «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 47 «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ»

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ27	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 64 ΜΟΝΑΔΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 47 «ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ»

ΔΙΕ27	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 64 ΜΟΝΑΔΕΣ
-------	---

ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΣΗΣ 48 (ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

Για τη θέση 48 του επιστημονικού πεδίου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», κατατέθηκαν δυο (2) αιτήσεις. Συγκεκριμένα, οι υποψήφιοι/ες πληρούν τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2026-2026 και καλύπτουν όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-8).

Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο υποψήφιος λαμβάνουν την παρακάτω βαθμολογία για την οποία καταγράφεται άμεσα και η αντίστοιχη αιτιολόγηση για καθέναν/ καθεμία εξ αυτών:

Κριτήρια Αποκλεισμού		Απάντηση
1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2015 (με βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων, τα οποία τεκμηριώνουν και πιστοποιούν τα διαλαμβανόμενα σε αυτό, όπως και η τεκμηρίωση της συνάφειας της διδακτορικής διατριβής με τη θέση)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της ανάρτησης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) στον οποίο αυτή είναι προσβάσιμη ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται απόφαση του ΔΟΑΤΑΠ (ή αποδεικτικό υποβολής αίτησης αποτίμησης στον ΔΟΑΤΑΠ). Σε περίπτωση που δεν υπάρχει, η υποψηφιότητα απορρίπτεται.	ΝΑΙ
6	Σωρευτική σωστή υποβολή διδακτορικού τίτλου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα ανώτατα 5 ακαδημαϊκά έτη	ΝΑΙ
7	Υποβολή διδακτορικού τίτλου και για δεύτερη φορά σε περίπτωση προηγούμενης αποτυχίας	ΝΑΙ

8	Υποβολή πλήρους φακέλου με όλα τα υπογεγραμμένα πρωτότυπα έγγραφα της Αίτησης Υποψηφιότητας με τη μορφή που απαιτείται.	ΝΑΙ
---	---	-----

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
Α. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
A1	Αιτιολόγηση: Το συγκεκριμένο διδακτορικό σχετίζεται με το γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Μάρκετινγκ, καθώς εστιάζει στην επίδραση περιβαλλοντικών ερεθισμάτων, όπως η μουσική και τα αρώματα, στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η ανάλυση του πώς τα «musicscapes» και «scentscapes» επηρεάζουν γνωστικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις, συνδέεται άμεσα με τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελατών και της ατμόσφαιρας που δημιουργούν οι επιχειρήσεις για να επηρεάσουν τις καταναλωτικές επιλογές και τις αγορές τους. Αυτό είναι κεντρικό για το μάρκετινγκ, καθώς οι marketers συχνά σχεδιάζουν εμπειρίες που στοχεύουν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Ωστόσο, η διατριβή εστιάζει κυρίως στις γνωστικές και νευροεπιστημονικές αντιδράσεις των καταναλωτών μέσω της μεθόδου του ηλεκτροεγκεφαλογραφήματος (EEG), κάτι που την τοποθετεί στο πεδίο του νευρομάρκετινγκ. Αν και το νευρομάρκετινγκ είναι ένας αναπτυσσόμενος κλάδος του μάρκετινγκ, η εστίαση της έρευνας σε πειραματικές μελέτες EEG και στη νευρολογική απεικόνιση δίνει μεγαλύτερη έμφαση στην κατανόηση της ανθρώπινης αντίδρασης στα ερεθίσματα σε επίπεδο εγκεφαλικής λειτουργίας, παρά στη διοίκηση μάρκετινγκ. Συνεπώς, η διατριβή έχει μεν σχέση με το μάρκετινγκ, ειδικά στο κομμάτι της εμπειρίας καταναλωτών και της ατμόσφαιρας (servicescapes), αλλά δεν καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των στρατηγικών και τακτικών της διοίκησης μάρκετινγκ.	20
A2	Αιτιολόγηση: Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλλει ο/η υποψήφιος/α έχει : 12 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 7 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : $7 \times 2 = 14$ μόρια	14
A3	Αιτιολόγηση: Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <i>Η χρήση της νευροεπιστήμης (neuroscience) στη διερεύνηση της βιώσιμης στρατηγικής ανάπτυξης τόπων (sustainable place branding)</i>, από 12/2023	1,5
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α		35,5

B. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
B1	Αιτιολόγηση: -Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Μάρκετινγκ Υπηρεσιών & Ψηφιακό Μάρκετινγκ" είναι αρκετά σχετικό και καλύπτει τις βασικές θεωρίες και στρατηγικές που απαιτούνται για την κατανόηση του σύγχρονου ψηφιακού μάρκετινγκ στον τομέα των υπηρεσιών. Η ύλη περιλαμβάνει την ανάλυση του μείγματος μάρκετινγκ, τη διαχείριση επωνυμίας υπηρεσιών, καθώς και τις σύγχρονες στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ. Η έμφαση στη λογική του co-creation είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική, δεδομένης της αυξανόμενης συμμετοχής των πελατών στις διαδικασίες μάρκετινγκ μέσω ψηφιακών καναλιών -Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Μάρκετινγκ Βιομηχανικών Προϊόντων και Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας" είναι κατάλληλο, καθώς επικεντρώνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες των βιομηχανικών αγορών και των προϊόντων υψηλής τεχνολογίας. Καλύπτει τις διαφορές μεταξύ βιομηχανικών και καταναλωτικών αγορών, τη σημασία της καινοτομίας, καθώς και τις στρατηγικές πωλήσεων και έρευνας για τα βιομηχανικά προϊόντα. Παράλληλα, ενσωματώνει τη θεωρία του co-creation και την έννοια της εξατομίκευσης στις σχέσεις B2B, γεγονός που τονίζει τη σημασία της διαδραστικότητας και των προσαρμοσμένων λύσεων	10
B2	Αιτιολόγηση: Και τα δύο σχεδιαγράμματα αξιοποιούν σύγχρονες θεωρίες που είναι κεντρικές για τα αντικείμενα που διδάσκουν και κατάλληλες μεθοδολογίες. Παράλληλα, υπάρχει εστίαση στις σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την προώθηση των υπηρεσιών. Και τα δύο μαθήματα είναι ενημερωμένα με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους και προωθούν την εφαρμογή τους σε πραγματικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.	9
B3	Αιτιολόγηση: Η δομή και η κατανομή της ύλης στα δύο μαθήματα είναι καλά οργανωμένη και επιτρέπουν μια σταδιακή και λογική προσέγγιση της γνώσης. Στο μάθημα "Μάρκετινγκ Υπηρεσιών & Ψηφιακό Μάρκετινγκ", η ύλη καλύπτει αρχικά τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ υπηρεσιών και στη συνέχεια εξελίσσεται σε πιο εξειδικευμένες ψηφιακές στρατηγικές. Παρομοίως, στο μάθημα "Μάρκετινγκ Βιομηχανικών Προϊόντων και Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας", η ύλη ξεκινά με την κατανόηση των βασικών εννοιών των βιομηχανικών προϊόντων και των αγορών υψηλής τεχνολογίας, και προχωρά στην ανάλυση των στρατηγικών και της καινοτομίας. Και στα δύο μαθήματα, η προσέγγιση της θεωρίας και της πρακτικής εφαρμογής μέσω μελετών περιπτώσεων και ομαδικών εργασιών ενισχύει την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών.	9
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου B		28
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A&B		63,5

* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων Α&Β ≥ 30

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ26

Κριτήρια Αποκλεισμού		Απάντηση
1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2015 (με βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων, τα οποία τεκμηριώνουν και πιστοποιούν τα διαλαμβανόμενα σε αυτό, όπως και η τεκμηρίωση της συνάφειας της διδακτορικής διατριβής με τη θέση)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της ανάρτησης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) στον οποίο αυτή είναι προσβάσιμη ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται απόφαση του ΔΟΑΤΑΠ (ή αποδεικτικό υποβολής αίτησης αποτίμησης στον ΔΟΑΤΑΠ). Σε περίπτωση που δεν υπάρχει, η υποψηφιότητα απορρίπτεται.	ΝΑΙ
6	Σωρευτική σωστή υποβολή διδακτορικού τίτλου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα ανώτατα 5 ακαδημαϊκά έτη	ΝΑΙ
7	Υποβολή διδακτορικού τίτλου και για δεύτερη φορά σε περίπτωση προηγούμενης αποτυχίας	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρους φακέλου με όλα τα υπογεγραμμένα πρωτότυπα έγγραφα της Αίτησης Υποψηφιότητας με τη μορφή που απαιτείται.	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
Α. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
A1	Αιτιολόγηση: Το διδακτορικό αυτό είναι άμεσα σχετικό με το γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Μάρκετινγκ, καθώς επικεντρώνεται στην έννοια της επωνυμίας μιας χώρας (nation branding) και τη σχέση της με την ανταγωνιστικότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον. Η διαχείριση επωνυμίας είναι κεντρική για το μάρκετινγκ, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για το nation branding, το οποίο αφορά την εικόνα και τη φήμη μιας χώρας διεθνώς. Το να κατανοήσουμε πώς η αξία της επωνυμίας μιας	20

	χώρας μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητά της είναι ένα ζήτημα που συνδέεται με στρατηγικές μάρκετινγκ, καθώς ενσωματώνει τη διαχείριση της φήμης και της δημόσιας αντίληψης, στοιχεία που είναι κρίσιμα για τη δημιουργία αξίας και την προσέλκυση επενδύσεων, τουρισμού και επιχειρηματικών συνεργασιών. Επιπλέον, η ανάλυση του ρόλου των πόρων μιας χώρας εντάσσεται στη στρατηγική μάρκετινγκ, καθώς αυτοί οι πόροι μπορούν να αποτελέσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που ενισχύει τη θέση της χώρας στην παγκόσμια αγορά. Συνολικά, η διατριβή αυτή εξετάζει σημαντικές έννοιες και στρατηγικές που ανήκουν στη σφαίρα της Διοίκησης Μάρκετινγκ.	
A2	Αιτιολόγηση: Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλλει ο/η υποψηφίος/α 3 δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών: $3 \times 3 = 9$ μόρια 19 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 14 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : $14 \times 2 = 28$ μόρια	37
A3	Αιτιολόγηση: Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: Exploring sustainable place branding: place brand sustainability through the lens of brand love, από 12/2023	1,5
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α		58,5
Β. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
B1	Αιτιολόγηση: Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα διδασκαλίας για το μάθημα "Μάρκετινγκ Υπηρεσιών & Ψηφιακό Μάρκετινγκ" είναι εξαιρετικά σχετικό με το αντικείμενο του μαθήματος, καθώς εστιάζει τόσο στις ιδιαιτερότητες του κλάδου των υπηρεσιών όσο και στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Ενσωματώνει στρατηγικές δημιουργίας αξίας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω της ψηφιακής παρουσίας και της θεωρίας του co-creation, η οποία είναι κομβική για τον σύγχρονο ψηφιακό κόσμο. Επίσης, οι μελέτες περιπτώσεων και οι ομαδικές εργασίες προσφέρουν μια πρακτική προσέγγιση που συνδυάζει θεωρία και πράξη, επιτρέποντας στους φοιτητές να κατανοήσουν τη συνάφεια των ψηφιακών εργαλείων με τον τομέα των υπηρεσιών. Αντίστοιχα, το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα διδασκαλίας για το μάθημα "Μάρκετινγκ Βιομηχανικών Προϊόντων και Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας" είναι πλήρως ευθυγραμμισμένο με το περιεχόμενο του μαθήματος. Εστιάζει στις ιδιαιτερότητες του βιομηχανικού μάρκετινγκ και στην ταχεία εξέλιξη των προϊόντων υψηλής τεχνολογίας, συμπεριλαμβάνοντας στρατηγικές για την ανάπτυξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και καινοτομίας σε έναν συνεχώς μεταβαλλόμενο τεχνολογικό τομέα. Η χρήση μελετών περιπτώσεων και η έμφαση στη	10

	σχέση με τον πελάτη και την εξατομίκευση, όπως η θεωρία του co-creation, καθιστούν το σχεδιάγραμμα κατάλληλο για το μάθημα	
B2	Αιτιολόγηση: Τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας, αξιοποιούν σύγχρονες και καινοτόμες μεθοδολογίες και θεωρίες, ενσωματώνοντας πρόσφατη βιβλιογραφία. Παράλληλα, η βιβλιογραφία εστιάζει στις νέες τεχνολογίες και τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελάτη, συμβαδίζοντας με τις σύγχρονες απαιτήσεις του μάρκετινγκ.	9
B3	Αιτιολόγηση: Και τα δύο προτεινόμενα σχεδιαγράμματα διδασκαλίας, παρουσιάζουν μια δομημένη και οργανωμένη κατανομή της ύλης, που ευθυγραμμίζεται με τους μαθησιακούς στόχους των μαθημάτων. Η ύλη κατανέμεται με τρόπο που επιτρέπει την σταδιακή εμβάθυνση στις βασικές θεωρίες και πρακτικές, ενώ παράλληλα προσφέρει ένα ισορροπημένο συνδυασμό θεωρητικού και πρακτικού περιεχομένου. Και στα δύο μαθήματα, η σαφής κατανομή των θεματικών ενοτήτων και η ενσωμάτωση πρακτικών εφαρμογών ενισχύουν την κατανόηση και την εφαρμογή των εννοιών.	9
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Β		28
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α&Β		86,5
* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων Α&Β ≥ 30		

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης των υποψήφιων με βάση την αξιολόγησή τους σε σχέση τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ25	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΕ26	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 86,5 ΜΟΝΑΔΕΣ

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης με τον /την υποψήφιο/φια να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»:

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α
1	ΔΙΕ26
2	ΔΙΕ25

ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΣΗΣ 49 (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)

Για τη θέση 49 του επιστημονικού πεδίου «**ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**», κατατέθηκαν μια (1) αίτηση. Συγκεκριμένα, ο/η υποψήφιος/α πληροί τις προϋποθέσεις που αφορούν στην πρόσκληση για την "Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες κατόχους Διδακτορικού» ακαδ. έτους 2024-2025 και καλύπτει όλα τα κριτήρια αποκλεισμού (1-8).

Σύμφωνα με την επιστημονική άποψη της επιτροπής και τα προσκομισθέντα στοιχεία, ο/η υποψήφιος/α λαμβάνει την παρακάτω βαθμολογία για την οποία καταγράφεται άμεσα και η αντίστοιχη αιτιολόγηση:

ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α: ΔΙΕ24

Κριτήρια Αποκλεισμού		Απάντηση
1	Εμπρόθεσμη Υποβολή Πλήρους Αίτησης Υποψηφιότητας	ΝΑΙ
2	Λήψη διδακτορικού τίτλου μετά την 01.01.2015 (με βεβαίωση για την ημερομηνία επιτυχούς υποστήριξης)	ΝΑΙ
3	Υποβολή αναλυτικού Βιογραφικού Σημειώματος (συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων, τα οποία τεκμηριώνουν και πιστοποιούν τα διαλαμβανόμενα σε αυτό, όπως και η τεκμηρίωση της συνάφειας της διδακτορικής διατριβής με τη θέση)	ΝΑΙ
4	Σύνδεσμος της ανάρτησης στο ΕΚΤ Διδακτορικής Διατριβής, όπου απαιτείται (σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.1566/1985 αρ.70 παρ.15) στον οποίο αυτή είναι προσβάσιμη ή Πλήρες κείμενο της διδακτορικής διατριβής	ΝΑΙ
5	Για τις περιπτώσεις διδακτορικών τίτλων από Ιδρύματα της αλλοδαπής απαιτείται απόφαση του ΔΟΑΤΑΠ (ή αποδεικτικό υποβολής αίτησης αποτίμησης στον ΔΟΑΤΑΠ). Σε περίπτωση που δεν υπάρχει, η υποψηφιότητα απορρίπτεται.	ΝΑΙ
6	Σωρευτική σωστή υποβολή διδακτορικού τίτλου σε Α.Ε.Ι. που δεν υπερβαίνει τα ανώτατα 5 ακαδημαϊκά έτη	ΝΑΙ
7	Υποβολή διδακτορικού τίτλου και για δεύτερη φορά σε περίπτωση προηγούμενης αποτυχίας	ΝΑΙ
8	Υποβολή πλήρους φακέλου με όλα τα υπογεγραμμένα πρωτότυπα έγγραφα της Αίτησης Υποψηφιότητας με τη μορφή που απαιτείται.	ΝΑΙ

Κριτήρια Αξιολόγησης		Μονάδες Βαθμολόγησης
A. Βιογραφικό σημείωμα υποψηφίου-υποψήφιας, το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
A1	Αιτιολόγηση: Το συγκεκριμένο διδακτορικό σχετίζεται με το γνωστικό αντικείμενο του Μάρκετινγκ, καθώς εστιάζει στην επίδραση περιβαλλοντικών ερεθισμάτων, όπως η μουσική και τα αρώματα, στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η ανάλυση του πώς τα «musicscapes» και «scentscapes» επηρεάζουν γνωστικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις, συνδέεται άμεσα με τη στρατηγική διαχείριση της εμπειρίας πελατών και της ατμόσφαιρας που δημιουργούν οι επιχειρήσεις για να επηρεάσουν τις καταναλωτικές επιλογές και τις αγορές τους. Αυτό είναι κεντρικό για το μάρκετινγκ, καθώς οι marketers συχνά σχεδιάζουν εμπειρίες που στοχεύουν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Ωστόσο, η διατριβή εστιάζει κυρίως στις γνωστικές και νευροεπιστημονικές αντιδράσεις των καταναλωτών μέσω της μεθόδου του ηλεκτροεγκεφαλογραφήματος (EEG), κάτι που την τοποθετεί στο πεδίο του νευρομάρκετινγκ. Το νευρομάρκετινγκ είναι ένας αναπτυσσόμενος κλάδος του μάρκετινγκ, συνεπώς, η διατριβή έχει σχέση με το μάρκετινγκ, ειδικά στο κομμάτι της εμπειρίας καταναλωτών και της ατμόσφαιρας (servicescapes), αλλά δεν καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των στρατηγικών και τακτικών της διοίκησης μάρκετινγκ.	20
A2	Αιτιολόγηση: Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχε υποβάλει ο/η υποψήφιος/α έχει : 12 δημοσιεύσεις εκ των οποίων οι 7 είναι συναφείς και δημοσιεύονται σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων : $7 \times 2 = 14$ μόρια	14
A3	Αιτιολόγηση: Μεταδιδάκτορας σε θέμα συναφές: <i>Η χρήση της νευροεπιστήμης (neuroscience) στη διερεύνηση της βιώσιμης στρατηγικής ανάπτυξης τόπων (sustainable place branding)</i>, από 12/2023	1,5
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου A		35,5
B. Σχεδιάγραμμα Διδασκαλίας όλων των μαθημάτων της Θέσης (ανά γνωστικό αντικείμενο), το οποίο αναλύεται στα ακόλουθα:		
B1	Αιτιολόγηση: -Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Μέθοδοι Υποστήριξης Αποφάσεων Μάρκετινγκ" είναι ιδιαίτερα συναφές με το αντικείμενο της διδασκαλίας. Καλύπτει βασικές μεθόδους και εργαλεία ανάλυσης δεδομένων, όπως πειραματικό σχεδιασμό, μοντέλα πρόβλεψης και	10

	perceptual maps. Επιπλέον, οι φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εξοικειωθούν με λογισμικά όπως το SPSS, τα οποία είναι απαραίτητα για την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων στο μάρκετινγκ -Το προτεινόμενο σχεδιάγραμμα για το μάθημα "Διοίκηση Σχέσεων με Πελάτες" είναι απόλυτα συναφές με το αντικείμενο, καθώς επικεντρώνεται στις βασικές αρχές του CRM, στη δημιουργία αξίας για τους πελάτες, και στη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών όπως το e-CRM. Η εστίαση στη διαχείριση του κύκλου ζωής του πελάτη και στην πιστότητα πελατών είναι ιδιαίτερα σημαντική για την κατανόηση του σύγχρονου μάρκετινγκ σχέσεων	
B2	Αιτιολόγηση: Και τα δύο σχεδιαγράμματα αξιοποιούν σύγχρονες θεωρίες που είναι κεντρικές για τα αντικείμενα που διδάσκουν και κατάλληλες μεθοδολογίες. Παράλληλα, υπάρχει εστίαση στα εργαλεία που χρησιμοποιούνται. Και τα δύο μαθήματα είναι ενημερωμένα με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους και προωθούν την εφαρμογή τους σε πραγματικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα.	9
B3	Αιτιολόγηση: Η δομή και η κατανομή της ύλης στα δύο μαθήματα είναι καλά οργανωμένη και επιτρέπουν μια σταδιακή και λογική προσέγγιση της γνώσης. Και στα δύο μαθήματα, η προσέγγιση της θεωρίας και της πρακτικής εφαρμογής μέσω μελετών περιπτώσεων και ομαδικών εργασιών ενισχύει την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών.	9
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Β		28
Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίου Α&Β		63,5
* Συνολική Βαθμολογία Κριτηρίων Α&Β ≥ 30		

Σύμφωνα με την επιστημονική κρίση από την Επιτροπή Αξιολόγησης, δημιουργείται Πίνακας κατάταξης με τον/την υποψήφιο/α να έχει τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για τη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 49 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

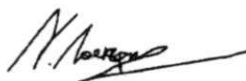
ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΕ24	ΕΧΕΙ ΤΑ ΤΥΠΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΕΙ 63,5 ΜΟΝΑΔΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΑ ΤΗ ΘΕΣΗ 50 «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ/Α
1	ΔΙΕ24

Η επιτροπή αξιολόγησης

Νικόλαος Λουκέρης



Νίκος Τσότσολας



Ιωάννης Ριζομυλιώτης

