

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ Α/Α2

SYLLABUS ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ)

ΠΡΩΤΟΙ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

ΔΙΑΡΚΕΙΑ: 20 ωρών

Τρόπος Διεξαγωγής: Σύγχρονη Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ

Θεόδωρος Αξιλιοιώτης,

Οικονομολόγος B.A. (Hons) Economics, Kingston University,

MSc Economics Birkbeck College, University of London,

Υπεύθυνος κατάρτισης EBEΘ

Επιστημονικός Συντονισμός

Dr. Δημήτριος Σουμπενιώτης

Καθηγητής Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης ΠΑΜΑΚ

Σταματιάδου Κυριακή

Πτυχιούχος Economía e Commercio,

Università degli studi di Bari, Ιταλία.

MBA Διοίκηση Επιχειρήσεων ΠΑΜΑΚ

Υπ. Διδάκτωρ στη Στρατηγική Χρηματοοικονομική Διοίκηση, ΠΑΜΑΚ



ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΙΑΝ. 26

1. ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε άτομα που θέλουν να βελτιώσουν τις τεχνικές πωλήσεων αλλά και σε άτομα που θέλουν να βελτιώσουν την διαπραγματευτική τους ικανότητα ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου, εξειδίκευσης και εργασιακής κατάστασης. Ειδικότερα το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται σε Πωλητές, Προμηθευτές, Ελεύθερους Επαγγελματίες, Στελέχη Τμημάτων Μάρκετινγκ ή Πωλήσεων, Δικηγόρους, Στελέχη Κτηματομεσιτικών Γραφείων, Υπαλλήλους Τραπεζικών Ιδρυμάτων και Στελέχη εμπορικών επιχειρήσεων αλλά και όλους όσους θέλουν να πουλήσουν ακριβότερα τον εαυτό τους. Γενικότερα, το πρόγραμμα απευθύνεται σε άτομα που εμπλέκονται με τις πωλήσεις ως αυτοαπασχολούμενοι επαγγελματίες/επιχειρηματίες, ως στελέχη επιχειρήσεων ή ως υπεύθυνοι σχετικών Τμημάτων.

2. ΣΚΟΠΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα στοχεύει στη χαρτογράφηση της έννοιας «Ποιοτικός Πωλητής – Νικητής Πωλητής». Επιπρόσθετα, το πρόγραμμα στοχεύει και στην ανάπτυξη «τεχνικών εντοπισμού των πραγματικών αναγκών ενός πελάτη». Σε κάθε περίπτωση, μέσω των εισηγήσεων θα καταγραφούν και θα αναλυθούν τόσο τα «χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς ενός πωλητή που θέλει να θεωρείται επιτυχημένος» όσο και οι «τακτικές που μας επιτρέπουν να δημιουργούμε ικανοποιημένους πελάτες». Τέλος, σημαντικό μέρος του διδακτικού έργου θα αφιερωθεί στην περιγραφή των «τεχνικών αντιμετώπισης των πάσης φύσεως αντιρρήσεων».

3. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Με την λήξη του προγράμματος οι συμμετέχοντες θα γνωρίζουν

- Ποια θα πρέπει να είναι η εξωτερική εμφάνιση του επιτυχημένου πωλητή
- Με ποια γλώσσα και ποιες φράσεις αυξάνεται η πιθανότητα επιτυχίας
- Πως μπορούν να γίνουν ποιοτικοί πωλητές
- Πώς θα αναγνωρίζουν τις πραγματικές ανάγκες των πωλητών ώστε αν πχ οι πελάτες πρωτίστως ενδιαφέρονται για την ποιότητα του προϊόντος αυτοί δεν θα πρέπει να τονίζουν τη χαμηλή του τιμή.
- Τι ακριβώς θα πρέπει να κάνουν ώστε επάξια να χαρακτηρισθούν επιτυχημένοι πωλητές
- Πότε με ποιο τρόπο και με ποιες φράσεις δημιουργούμε ικανοποιημένους και άρα επαναλαμβανόμενους πελάτες, πχ πολλοί πελάτες προτιμούν να αισθάνονται

σημαντικοί (ο πελάτης πρέπει να αισθάνεται ότι είναι η νύφη στο γάμο) περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη παραχώρηση

- Πως θα γίνουν καλοί ακροατές (οι πελάτες έχουν τεράστια ανάγκη να τους ακούσει με προσοχή και χωρίς να τους διακόπτει)
- Πως θα αντιμετωπίζουν τις αντιρρήσεις των πελατών

4. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- ΜΕΓΑ ΤΑΣΕΙΣ στο ΕΓΧΩΡΙΟ & ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
- ΜΑΚΡΟΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ και ΠΩΛΗΣΕΙΣ
- ΟΙ 26 ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΕΣ των ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- Οι Ποιοτικές Πωλήσεις, «Ποιοτικός Πωλητής – Νικητής Πωλητής» Προετοιμασία των Πωλήσεων, επιλογή τόπου, χρόνου, τρόπου ομιλίας, γλώσσα του σώματος . Η δυνατότητα Επικοινωνίας ως συντελεστής επιτυχημένων Πωλήσεων, Πως αντιμετωπίζουμε την προοπτική αποτυχίας των Πωλήσεων.
- Στατιστικά αποτελέσματα ερευνητικού έργου σχετικά με το πώς αντιλαμβάνονται τον επιτυχημένο πωλητή οι πελάτες
- Στατιστικά αποτελέσματα ερευνητικού έργου σχετικά με το κόστος / όφελος ενός μη καταλλήλως εκπαιδευμένου / εκπαιδευμένου πωλητή για την επιχείρηση.
- Η Συμπεριφορά, η Εμφάνιση και η Πρακτικές του Επιτυχημένου Πωλητή. «χαρακτηριστικά και της συμπεριφορά ενός πωλητή που θέλει να θεωρείται επιτυχημένος»
- Πως εντοπίζουμε τις πραγματικές ανάγκες των πελατών. «Τεχνικές εντοπισμού των πραγματικών αναγκών ενός πελάτη»
- Πως ικανοποιούμε τις ανάγκες των πελατών μας. «Τακτικές και τα κόλπα που επιτρέπουν να δημιουργούμε ικανοποιημένους πελάτες»
- Μελέτη Περιπτώσεων
- Πως Δημιουργούμε Επαναλαμβανόμενους Πελάτες
- Η Διατήρηση των παλιών πελατών κοστίζει δέκα φορές λιγότερο από εύρεση νέων.
- Ποιες είναι οι βασικές αντιρρήσεις και προφάσεις των Πελατών για να μην αγοράσουν.
 - Δυσπιστία στο καινούργιο,*
 - Αμφιταλάντευση,*
 - Έλλειψη ανάγκης,*
 - Έλλειψη οικονομικών πόρων,*
 - Αναρμοδιότητα,*
 - Προκατάληψη,*
 - Επίδειξη,*
 - Διαμαρτυρία,*
 - Παράπονα,*
 - Αντίσταση Τιμής,*
 - Προσδοκία για καλλίτερη ευκαιρία,*
 - Κακή εμφάνιση Πωλητή.*
- Πως αντιμετωπίζουμε τις αντιρρήσεις και τις προφάσεις. «Τεχνικές αντιμετώπισης των αντιρρήσεων»
- «Πληρωμένες Απαντήσεις»
- Η κατάλληλη στιγμή για κλείσιμο της συμφωνίας
- Ανταγωνιστικότητα ή Θάνατος.
- Στρατηγικές Ανάπτυξης Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος & Πωλήσεις

1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΤΕΛΕΙΟΤΗΤΑΣ (1^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ, (2^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΙΚΙΟΤΗΤΑΣ με τον ΠΕΛΑΤΗ (SOLUTION), (3^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
4. JUDO STRATEGY
5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΜΠΥΛΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ
6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ CO-BRANDING
7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ – ο Θάνατος του Ανταγωνισμού
8. Θεωρία του ΣΥΝ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ, Co- Opetition
9. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΟΣΤΟΥΣ, 1st Generic Strategy του Porter
10. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΟΣΤΟΥΣ, 2nd Generic Strategy του Porter
11. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ, 3rd Generic Strategy του Porter
12. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ, 4th Generic Strategy του Porter

5. ΧΡΟΝΟΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ 1^ο (4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ)

Εισηγητές: Dr. Ιωάννης Κρουστάλης & Δημήτριος Σουμπενιώτης

- ΜΕΓΑ ΤΑΣΕΙΣ στο ΕΓΧΩΡΙΟ & ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
- ΜΑΚΡΟΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ και ΠΩΛΗΣΕΙΣ
- ΟΙ 26 ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΕΣ των ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ 2^ο (4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ)

Εισηγητές: Dr. Ιωάννης Κρουστάλης & Δημήτριος Σουμπενιώτης

- Οι Ποιοτικές Πωλήσεις, «Ποιοτικός Πωλητής – Νικητής Πωλητής» Προετοιμασία των Πωλήσεων, επιλογή τόπου, χρόνου, τρόπου ομιλίας, γλώσσα του σώματος . Η δυνατότητα Επικοινωνίας ως συντελεστής επιτυχημένων Πωλήσεων, Πως αντιμετωπίζουμε την προοπτική αποτυχίας των Πωλήσεων.
- Στατιστικά αποτελέσματα ερευνητικού έργου σχετικά με το πώς αντιλαμβάνονται τον επιτυχημένο πωλητή οι πελάτες
- Στατιστικά αποτελέσματα ερευνητικού έργου σχετικά με το κόστος / όφελος ενός μη καταλλήλως εκπαιδευμένου / εκπαιδευμένου πωλητή για την επιχείρηση.
- Η Συμπεριφορά, η Εμφάνιση και η Πρακτικές του Επιτυχημένου Πωλητή. «χαρακτηριστικά και της συμπεριφορά ενός πωλητή που θέλει να θεωρείται επιτυχημένος»
- Πως εντοπίζουμε τις πραγματικές ανάγκες των πελατών. «Τεχνικές εντοπισμού των πραγματικών αναγκών ενός πελάτη»
- Πως ικανοποιούμε τις ανάγκες των πελατών μας. «Τακτικές και τα κόλπα που επιτρέπουν να δημιουργούμε ικανοποιημένους πελάτες»
- Μελέτη Περιπτώσεων
- Πως Δημιουργούμε Επαναλαμβανόμενους Πελάτες
- Η Διατήρηση των παλιών πελατών κοστίζει δέκα φορές λιγότερο από εύρεση νέων.

ΜΑΘΗΜΑ 3^ο (4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ)

- Ποιες είναι οι βασικές αντιρρήσεις και προφάσεις των Πελατών για να μην αγοράσουν.
Δυσπιστία στο καινούργιο,
Αμφιταλάντευση,

Έλλειψη ανάγκης,
Έλλειψη οικονομικών πόρων,
Αναρμοδιότητα,
Προκατάληψη,
Επίδειξη,
Διαμαρτυρία,
Παράπονα,
Αντίσταση Τιμής,
Προσδοκία για καλλίτερη ευκαιρία,
Κακή εμφάνιση Πωλητή.

- Πως αντιμετωπίζουμε τις αντιρρήσεις και τις προφάσεις. «Τεχνικές αντιμετώπισης των αντιρρήσεων»
- «Πληρωμένες Απαντήσεις»
- Η κατάλληλη στιγμή για κλείσιμο της συμφωνίας

ΜΑΘΗΜΑ 4^ο (4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ)

Εισηγητές: Dr. Ιωάννης Κρουστάλης & Δημήτριος Σουμπενιώτης

- Στρατηγικές Ανάπτυξης Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος & Πωλήσεις
 1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΤΕΛΕΙΟΤΗΤΑΣ (1^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
 2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ, (2^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
 3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΙΚΙΟΤΗΤΑΣ με τον ΠΕΛΑΤΗ (SOLUTION), (3^η Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας)
 4. JUDO STRATEGY
 5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΜΠΥΛΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ
 6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ CO-BRANDING
 7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ – ο Θάνατος του Ανταγωνισμού
 8. Θεωρία του ΣΥΝ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ, Co- Opetition
 9. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΟΣΤΟΥΣ, 1st Generic Strategy του Porter
 10. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΟΣΤΟΥΣ, 2nd Generic Strategy του Porter
 11. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ, 3rd Generic Strategy του Porter
 12. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ, 4th Generic Strategy του Porter

ΜΑΘΗΜΑ 5^ο (4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΩΡΕΣ)

Εισηγητές: Dr. Ιωάννης Κρουστάλης & Δημήτριος Σουμπενιώτης

ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

1. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & BIG DATA
2. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & INTERNET of THINGS (IoT)
3. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & MOBILE TECNOLOGY
4. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & AUGMENTED REALITY
5. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & VIRTUAL REALITY
6. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ARTIFICIAL INTELIGENCE
7. ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ 20

6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **Seth Godin, (2007)**, «Purple Cow: Transform your Business by Being Remarkable», Κωδικός: 30032047, Εκδότης: Penguin, Έτος έκδοσης: 2007, Σελίδες 178
- **Geoffrey A. Moore (1991)**, «Crossing the Chasm: Marketing and Selling Technology Products to Mainstream Customers», ISBN 0887305199, 9780887305191, HarperBusiness, 1991, Σελίδες 223
- **Pink Daniel H., (2013)**, «To sell is Human, The Surprising Truth About Persuading Convincing, and Influencing Others», Εκδότης: Canongate Books Ltd, ISBN 9780857867186, Σελίδες 272
- **Girard Joe (2018)**, «Πώς να πουλάτε οτιδήποτε σε οποιονδήποτε», Εκδόσεις Κλειδάριθμος, ISBN 9789604617258, Σελίδες 248
- **Βλαχοπούλου Μάρω (2020)**, «Ψηφιακό μάρκετινγκ, Από τη θεωρία στην πράξη», Εκδότης: Rosili
- **Cassell Jeremy , Bird Tom , Τζωρτζάκης Κώστας, (2016)**, «Επιτυχημένη Πώληση», ISBN 978-618-5131-21-0, Σελίδες 352, Εκδότης: Rosili
- **Λέσλι Ποκέλ, Αντρίνε Αβίλα (2008)**, «THE 100 GREATEST SALES TIPS OF ALL TIME», Μετάφραση ΤΣΟΥΚΑΛΑ ΕΛΕΝΑ, ISBN13 9789602185810, Σελίδες 138.
- **Γιάννης Τζαβλόπουλος, (2013)**, «Μην πουλάτε! Κάντε τους άλλους να αγοράσουν!», Εκδότης: Μαλλιάρης Παιδεία, Σελίδες 189, Κωδικός ISBN-13: 978960457598
- **David Sweet, (2020)**, «Γλυκές Πωλήσεις», Μετάφραση Εαγγελία Σταυρόπουλου, Σελίδες 176, ISBN 978-960-645-089-1, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- **Lewicki R., Saunders D., Minton j., (2006)** «Η Φύση των Διαπραγματεύσεων», Εκδόσεις Κριτική, ISBN 960-218-339-X
- **D. Patrick George**, μετάφραση Ευθυμιάδου Γ. Αλεξάνδρα, Τσίτος Κ. Δημήτρης, «Τέχνη και τεχνική των διαπραγματεύσεων». Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, 1997.
- **Fisher Roger**, μετάφραση Λίλυ Εξαρχοπούλου, «Πετυχαίνω τη συμφωνία». Εκδόσεις Καστανιώτης, Αθήνα, 2001.
- **William L. Ury**, μετάφραση Κλαίρη Παπαμιχαήλ, «Πώς να ξεπερνάτε την άρνηση: από την αντιπαλότητα στη συνεργασία». Εκδόσεις Καστανιώτης, Αθήνα, 2001
- **Tim Castle**, «Art of Negotiation», Εκδοτικός οίκος IAS Publishing, Μάρτιος 2018
- **Michael Wheeler**, «The Art of Negotiation», Εκδοτικός οίκος Harper Collins Publishers, Οκτώβριος 2013
- **Jeong Ho-Won**, «International Negotiation: Process and Strategies», Εκδότης: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, ISBN: 9781107651487, 2016
- **Howard Raiffa**, «The Art and Science of Negotiation», Book Odyssey, ISBN: 9780674048133, 2021



Professor D. Subeniotis

B.Sc. (Economic University of Athens, A.Σ.Ο.Ε.Ε.), M.Soc.Sc. (Econ.) & Ph.D University of Birmingham U.K

Department of Business Administration, University of Macedonia

Work Experience

Vice Rector (Strategic Planning and Development); **Dean** (School of Business Administration) (2013-2017) & (2023-2024); **Acting President** (Department of Marketing & Operations Management); **Administrative Board** (State Scholarships Foundation-IKY); **Manager** (Greek Productivity Center-ΕΛ.ΚΕ.ΠΑ.); **Member of Hellenic National Entrepreneurship Council**; **Consultant & Co-founder** (Expert Consulting LLCC); **National Controller** (Integrated Mediterranean Program of Eastern & Central Greece); **Scientific Coordinator** (ADAPT, EQUAL, R.I.S, EUROFORM, Τ.Π.Α. ΕΠΕΑΕΚ, INTERREG I/II/III, ΤΟΠΣΑ, ΕΣΠΑ); **Program Evaluator** (General Secretariat for Industry – Hellenic Ministry of Economic Development); **Director of University Research Institute**, University of Macedonia, ΕΠΙ/ΠΑΜΑΚ); **Head** (Master in Taxation & Financial Management); **Author** (10 books, 90 articles); **Head** (Innovation & Entrepreneurship Unit/ΕΠΕΑΚ/ΠΑΜΑΚ); **Instructor** (MBA, MIS, MIB, M.Sc. in Management, M.Sc. in Accounting & Finance, MTM, MPM, MTF, Vodafone, Μασσούτης, ΕΒΕΘ, ΕΒΕΠ, ΣΒΕ, ΕΛΤΑ, Ο.Π.Ε, Ε.Ο.ΜΜ.Ε.Χ, Τ.Ε.Ε., Ο.Ε.Ε, ΓΕΩΤ.Ε.Ε, Ε.Ε.Δ.Ε, Ε.Α.Σ, Hellenic Supreme Joint War College (HSJWC), Δ.ΥΠ.Α, METRO;

Office: 206, [tel.:](tel:2310891580) 2310 891 580

e-mail: subedim@uom.edu.gr



Dr. Κρουστάλης Ιωάννης

Πτυχιούχος Οικονομικού Τμήματος ΠΑΜΑΚ

M.Soc.Sc in Economics Οικονομικού Τμήματος ΠΑΜΑΚ

Ph.D in Economics

Μεταδιδακτορικός Υπότροφος ΙΚΥ

Ο κ. Κρουστάλης έχει διδάξει σε σημαντικό αριθμό προπτυχιακών και μεταπτυχιακών μαθημάτων στο ευρύτερο πεδίο της Χρηματοοικονομικής. Ενδεικτικά αναφέρονται τα παρακάτω:

- *Αγορές Χρήματος & Κεφαλαίου (Διοίκηση Επιχειρήσεων & Οργανισμών, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο)*
- *Χρηματοοικονομικά Μαθηματικά (Τμήμα ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Χρηματοοικονομική Διοίκηση (ΠΜΣ Τμήματος ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Στρατηγική Χρηματοοικονομική Διοίκηση (MBA, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Διεθνής Χρηματοοικονομική Διοίκηση (ΠΜΣ Τμήματος ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων (ΠΜΣ Τμήματος ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*

Επιπλέον, από τον Σεπτέμβρη του 2022 έχει διδάξει μαθήματα χρηματοοικονομικής στα αγγλόφωνα ΠΜΣ του Πανεπιστημιακού Κέντρου Διεθνών Προγραμμάτων Σπουδών του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος (Θέρμη). Στο ίδιο Τμήμα του έχει ανατεθεί και η διοικητική-ακαδημαϊκή παρακολούθηση του MSc in Banking, Financial Technology and Risk Management.



Σταματιάδου Κυριακή
Πτυχιούχος *Economia e Commercio, Università degli studi di Bari. Ιταλία*
MBA Διοίκηση Επιχειρήσεων ΠΑΜΑΚ
Υπ. Διδάκτωρ στη Στρατηγική Χρηματοοικονομική Διοίκηση, ΠΑΜΑΚ

Work Experience

Η κ. Σταματιάδου έχει διδάξει σε σημαντικό αριθμό προπτυχιακών και μεταπτυχιακών μαθημάτων στο ευρύτερο πεδίο της Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων. Ενδεικτικά αναφέρονται τα παρακάτω:

- *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (Τμήμα ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Θεωρία και Τεχνικές Διαπραγματεύσεων Εταιρικών Συμβάσεων (Τμήμα ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Στρατηγικό Μάνατζμεντ (Τμήμα ΟΔΕ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*
- *Στρατηγική Διοίκηση (ΠΜΣ στη Φορολογική, Λογιστική & Χρηματοοικονομική Διοίκηση Στρατηγικών Αποφάσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)*

Επιπλέον, από τον Απρίλιο του 2025 διδάσκει τα μαθήματα Global Business Strategy και Consultancy, στο Mediterranean College.

Επίσης, συμμετείχε στα κάτωθι:

- **Συμμετοχή στην Έρευνα** με τίτλο «Ο κλάδος του Λιανικού εμπορίου στην μετά Covid-19 εποχή». (Αναζήτηση, μελέτη και αξιολόγηση επιστημονικής βιβλιογραφίας. Προετοιμασία και συγγραφή επιστημονικής αναφοράς.)
- **Συμμετοχή στο έργο με τίτλο:** «*Business Eco-system as an integrated system BelN- Interreg IPA CBC Programme Greece – Republic of North Macedonia 2014-2020*». (Συμμετοχή στα πακέτα εργασίας & αντίστοιχα παραδοτέα: WP 5: *Extroversion and innovation*, Παραδοτέο D5.2.2: *Future Trends workshop*)
- **Διοικητική Υποστήριξη Συμβουλευτικού Έργου Προθερμοκοιτίδας** (Συνεργασία με το Σύμβουλο της προθερμοκοιτίδας σε θέματα παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, Ανάπτυξη και τροφοδοσία ηλεκτρονικού και έντυπου αρχείου για τη σύνταξη του φακέλου στελέχωσης της προθερμοκοιτίδας, επικοινωνία με τους ωφελούμενους και τους συνεργάτες του επιταχυντή)
- **Διοικητικές, Γραμματειακή και λογιστική υποστήριξη λειτουργίας του Ερευνητικού Πανεπιστημιακού Ινστιτούτου του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.**
- **European Arts and Traditions in Italian Language Learning, Acronym: PASTILLE** GA No: 2019-1-PL01-KA203-065078, Erasmus+, KA2 Strategic Partnership (Συμμετοχή στην ανάπτυξη των διδακτικών μονάδων (*Didactic Units*), Συμμετοχή στην ανάπτυξη, *Audio visual and multimedia materials*)
- **Συμμετοχή στην Έρευνα:** «Επίδραση των κάλων πρακτικών διαχείρισης γνώσης στην καινοτομία. Η περίπτωση της Ελληνικής δημοσίας διοίκησης».