



ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ

Περιγραφή Μαθήματος

1. Τίτλος Μαθήματος	ΤΕΧΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ
2. Κωδικός Μαθήματος	ΤΧΜ 301
3. Τύπος Μαθήματος (Υποχρεωτικό/ Ειδίκευση)	Υποχρεωτικό
4. Επίπεδο Μαθήματος	Μεταπτυχιακό
5. Έτος Σπουδών	Δεύτερο
6. Ενότητα	3 ^η Ενότητα
7. Πιστωτικές Μονάδες (ECTS)	4
8. Όνομα Διδάσκοντος	Παύλος Ιωσηφίδης
9. Μαθησιακά Αποτελέσματα	
Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές: • θα είναι σε θέση να κατανοούν βασικές έννοιες και τον τρόπο εκπόνησης μιας τεχνοοικονομικής μελέτης • θα μπορούν να αξιοποιούν τεχνικές, εργαλεία και μεθόδους εκπόνησης τεχνοοικονομικής μελέτης στην πράξη, • θα γνωρίζουν ποιες μέθοδοι, εργαλεία και τεχνικές είναι καταλληλότερες για την εξαγωγή και την επεξεργασία πληροφοριών ανάλογα με την απόφαση που πρέπει να ληφθεί. • θα μπορούν να εκπονήσουν, να παρουσιάσουν και να τεκμηριώσουν μια τεχνοοικονομική μελέτη	

10. Τρόπος Παράδοσης
Πρόσωπο με Πρόσωπο / Βιωματικό εργαστήριο/
11. Προ-απαιτούμενα και Συν-απαιτούμενα
Δεν Υπάρχουν
12. Συνιστώμενες Προαιρετικές Εκπαιδευτικές Συνιστώσες του Προγράμματος Σπουδών
Δεν Υπάρχουν
13. Περιεχόμενο Μαθήματος (Στόχος, Περιεχόμενο)
Ο κύριος σκοπός αυτού του θέματος είναι να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να κατανοήσουν τα κυριότερα μέρη μιας τεχνοοικονομικής μελέτης και του επιχειρηματικού πλάνου και να τους δώσει τις αναγκαίες δεξιότητες για ετοιμασία και αξιολόγηση μιας τεχνοοικονομικής μελέτης. Οι συμμετέχοντες θα κληθούν να θέσουν σε πρακτική πλέον εφαρμογή πολλές από τις τεχνικές και πρακτικές που έχουν παρουσιαστεί και αναλυθεί κατά τη διάρκεια των διαλέξεων, μέσα από την εκπόνηση μιας τεχνοοικονομικής μελέτης.
Εισαγωγή στις τεχνοοικονομικές μελέτες . ▪ Ορισμοί. ▪ Επιχειρηματικές αποφάσεις. ▪ Εναλλακτικές λύσεις. Τρόπος παρουσίασης τεχνοοικονομικών μελετών
Ανάλυση Αγοράς: ▪ Βασικά στοιχεία αγοράς ▪ Καθορισμός του εξωτερικού περιβάλλοντος ▪ Εργασία σε ομάδες

Ανάλυση Αγοράς: ▪ Εντοπισμός συγκριτικού πλεονεκτήματος ▪ Εντοπισμός επιπέδου κατανάλωσης ▪ Εργασία σε ομάδες
Μάρκετινγκ και Προβολή: ▪ Καθορισμός στρατηγικής Μάρκετινγκ ▪ Σχεδιασμός Πλάνου Προβολής ▪ Καθορισμός Ομάδων στόχου ▪ Πολιτικές Ανταγωνισμού
Μάρκετινγκ και Προβολή: ▪ Καθορισμός Ομάδων στόχου ▪ Πολιτικές Ανταγωνισμού ▪ Εργασία σε ομάδες
Τεχνικά Θέματα: ▪ Εντοπισμός Τοποθεσίας - παράμετροι ▪ Δημιουργία παραγωγικής μονάδας ▪ Μηχανολογικές ανάγκες και εντοπισμός τεχνολογίας ▪ Πρώτες ύλες – Διαθεσιμότητα και προμήθεια ▪ Ευαισθησία προς το περιβάλλον
Οργανωτική και Διευθυντική Ανάλυση ▪ Οργάνωση μονάδας ▪ Επιχειρησιακή Δομή ▪ Ανθρώπινοι πόροι ▪ Καθορισμός καθηκόντων και θέσεων
Χρηματοοικονομική Ανάλυση: ▪ Προγραμματισμός και προϋπολογισμός Έργου ▪ Χρηματοοικονομική ανάλυση ▪ Προγραμματισμός και προϋπολογισμός Έργου
Χρηματοοικονομική Ανάλυση: ▪ Χρηματοοικονομική ανάλυση ▪ Εργασία σε ομάδες
Χρηματοοικονομική Ανάλυση ▪ Δείκτες και υπολογισμοί ▪ Αξιολόγηση επένδυσης ▪ Εργασία σε ομάδες

14. Συνιστώμενη ή Απαιτούμενη Βιβλιογραφία	
Τίτλος Βιβλίου: Συγγραφέας: Εκδότης:	Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία Σωτήρης Καρβούνης Α. Σταμούλης (2006)
15. Σχεδιασμένες Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι	
➤ Διαλέξεις/ παρουσίαση εκπαιδευτικού υλικού ➤ Περιπτωσιακές μελέτες/ παραδείγματα ➤ Συμμετοχή στις διαλέξεις ➤ Εκπόνηση της μελέτη. ➤ Βιωματικό εργαστήριο	
16. Μέθοδοι Αξιολόγησης και κριτήρια	
Ο συνολικός βαθμός υπολογίζεται ως ακολούθως: • 65% ομαδική εργασία - μελέτη • 25% Παρουσίαση Μελέτης • 10% Παρουσίες/ Συμμετοχή στην τάξη	
17. Γλώσσα Διδασκαλίας	
Ελληνικά	
18. Πρακτική Άσκηση	
Όχι	