

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ  
ΣΤΗΝ ΟΡΘΟΠΑΙΔΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ**

**Οι υπεύθυνοι του προγράμματος και το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας ευχαριστούν την ομάδα αξιολόγησης για την δίκαιη, διεξοδική και χρήσιμη αξιολόγηση του μεταπτυχιακού προγράμματος στην Ορθοπαιδική Επιστήμη και Αποκατάσταση. Σημειώνουμε τα πολύ κολακευτικά καταληκτικά για το πρόγραμμά μας, σχόλια της επιτροπής.**

*«Τα ισχυρά στοιχεία του προγράμματος είναι :*

- *Η υλικο-τεχνική υποδομή (κτίρια, εργαστήρια, βιβλιοθήκη, κτλ) είναι σε άριστο επίπεδο.*
- *Η μέριμνα και η καθοδήγηση, επικοινωνία και ενημέρωση των φοιτητών είναι σε πολύ υψηλό επίπεδο.*
- *Οι μηχανισμοί αναγνώριση της λογοκλοπής και οι μηχανισμοί διαχείρισης παραπόνων αλλά και το μέντορινγκ των φοιτητών είναι σε υψηλό επίπεδο.*
- *Οι εγκαταστάσεις και ο εργαστηριακός εξοπλισμός για τα περισσότερα μαθήματα είναι επαρκής*
- *Το εργαστήριο πληροφορικής και η βιβλιοθήκη καλύπτουν απόλυτα τις απαιτήσεις του προγράμματος*
- *Οι γενικότερες κτιριακές υποδομές είναι υψηλού επιπέδου»*

**Το παρόν έγγραφο αποτελεί απάντηση στις προτάσεις της ομάδας αξιολόγησης και σύνοψη των δράσεων που προτίθεται να αναλάβει το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας για τη βελτίωση του προγράμματος σύμφωνα και με τις υποδείξεις της ομάδας αξιολόγησης. Η απάντηση οργανώθηκε ανά σημείο με τη σειρά που αυτά εμφανίζονται στην έκθεση της ομάδας αξιολόγησης. Αρχικά αναφέρεται σε εισαγωγικά η πρόταση/ παρατήρηση της ομάδας αξιολόγησης και στη συνέχεια ακολουθεί η απάντηση ή δράση που αφορά το κάθε σημείο.**

**Σημειώστε:**

**«Τον προσδοκώμενο αριθμό Κύπριων και αλλοδαπών φοιτητών στο πρόγραμμα σπουδών. Η επιτροπή προτείνει 30.»**

*Ο μέγιστος αριθμός φοιτητών καθορίζεται από τη ζήτηση. Μέγιστος αριθμός φοιτητών 30 σημαίνει 15 ανά κατεύθυνση. Το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας θεωρεί ότι μπορεί να στηρίξει 25 φοιτητές ανά κατεύθυνση δηλαδή μέγιστο αριθμό 50 συνολικά για το πρόγραμμα.*

**«Από ποιες χώρες αναμένεται ο μεγαλύτερος αριθμός φοιτητών. Απαιτείται αναλυτική περιγραφή αξιολόγησης (τρόπου) για κάθε μάθημα.»**

*Ο μεγαλύτερος αριθμός φοιτητών αναμένεται από την Κύπρο. Θα υπάρχουν και φοιτητές από Ελλάδα αλλά θα είναι μικρότερος λόγω κόστους μετακίνησης για τις συναντήσεις των*

εργαστηριακών μαθημάτων. Ο τρόπος αξιολόγησης στη διάρκεια του εξαμήνου είναι ηλεκτρονικά κουίζ, ηλεκτρονικές εργασίες (γραφτές σε word) και μέσω της δημιουργίας wiki (συνεισφορά στη δημιουργία νέων σελίδων ή στην αναβάθμιση παλιών σελίδων). Η αξιολόγηση στο τέλος του εξαμήνου περιλαμβάνει γραπτή εξέταση η οποία αντιστοιχεί στο 60% του συνολικού βαθμού και γίνεται με φυσική παρουσία στο Πανεπιστήμιο. Στα μαθήματα που περιλαμβάνουν εργαστηριακό κομμάτι υπάρχει και προφορική εξέταση σε σενάριο.

**«Τον μέγιστο προγραμματισμένο αριθμός φοιτητών κατά μάθημα. Απαιτείται αποσαφήνιση.»**

Λεδομένου ότι οι περισσότεροι φοιτητές είναι επαγγελματίες με περιορισμένο χρόνο ο μέγιστος αριθμός ανά μάθημα δεν θα ξεπερνά τους 50. Αυτός ο αριθμός υπολογίζεται σε πλήρη ανάπτυξη του προγράμματος και με την μέγιστη εισδοχή φοιτητών ανά κατεύθυνση (25) Στην πράξη θα είναι αρκετά λιγότερος. Για παράδειγμα στα μαθήματα ειδικότητας δεν θα ξεπερνά τους 25. Στα μαθήματα επιλογής θα είναι από 25-40 και στα κοινά μαθήματα μέχρι 50 το μέγιστο.

**«Προτείνεται η αύξηση των σεμιναρίων πρακτικής άσκησης σε 6 υποχρεωτικά.»**

Τα σεμινάρια πρακτικής είναι ήδη πάνω από 6. Μόνο στην περίοδο της ειδικότητας είναι 5 (συμπεριλαμβανομένης της τελικής εξέτασης). Στο πρώτο εξάμηνο είναι 3 (+1 η τελική εξέταση) και στο τρίτο εξάμηνο από 3-5 (+1 η τελική εξέταση) ανάλογα με τα μαθήματα επιλογής. Επίσης θυμίζουμε ότι υπάρχουν και επιπλέον 60 ώρες κλινικής επιτήρησης μετά το τέλος του 2<sup>ου</sup> εξαμήνου (ειδίκευση) όπου ο φοιτητής πρέπει να φέρει βεβαίωση παρακολούθησης από ειδικευμένους φυσικοθεραπευτές- μέντορες, μαζί με την γραπτή τεκμηρίωση των κλινικών περιστατικών του (portfolio).

**«Απαιτείται μεγαλύτερος αριθμός ειδικών σχετικών με τους σκοπούς και το αντικείμενο.»**

Η κατεύθυνση της ορθοπαιδικής επιστήμης που είναι και η κατεύθυνση με τους λιγότερους ειδικούς και τους περισσότερους εξωτερικούς συνεργάτες καταργείται.

Αυτή τη στιγμή υπάρχει ανοικτή προκήρυξη μόνιμης θέσης για διδάσκοντα με διδακτορικό και ειδίκευση στην Μυοσκελετική ή Αθλητική Φυσικοθεραπεία.

Επίσης το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας βρίσκεται στα πλαίσια συνεργασίας με καθηγητές από τα Ελληνικά ΤΕΙ για να εμπλουτίσει το προσωπικό του με νέους καθηγητές Ενδεικτικά αναφέρονται οι Δρ. Σάββας Μαυρομούστακος και η Δρ. Βασιλική Σακελλάρη από τα ΤΕΙ Θεσσαλονίκης και Λαμίας αντίστοιχα. Τέλος δεσμεύεται να προσλάβει νέους μόνιμους καθηγητές εφόσον η επιτυχία του προγράμματος το επιτρέπει.

**«Ο Συντονιστής είναι επαρκής για μέρος του προγράμματος σπουδών και των μαθησιακών στόχων. Για ότι προτείνεται με εκπαιδευμένους Γιατρούς είναι απαραίτητη η τοποθέτηση Ιατρού ως συντονιστού. Οι διαδικασίες που παρουσιάστηκαν διασφαλίζουν ποιότητα, υπό την προϋπόθεση τροποποίησης του προγράμματος.»**

*Το πρόγραμμα διέθετε Ορθοπαιδικό Γιατρό συντονιστή για την κατεύθυνση της Ορθοπαιδικής Επιστήμης ο οποίος ήταν υπεύθυνος και για την δημιουργία των syllabi της κατεύθυνσης, ο οποίος μετακινήθηκε στο Πανεπιστήμιο Κύπρου (Δημόσιο) ένα μήνα πριν την επίσκεψη της επιτροπής. Λόγω της δυσκολίας της διαχείρισης της κατεύθυνσης αυτής και της κριτικής της επιτροπής αξιολόγησης το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας αποφάσισε να αναστείλει/καταργήσει την κατεύθυνση της Ορθοπαιδικής Επιστήμης.*

#### **«Αξιολόγηση διδασκόντων από φοιτητές»**

**«Με βάση τα πρόσθετα συμπληρωματικά στοιχεία που εδόθησαν στην επιτροπή (Student Intranet- Student Questionnaire), οι διαδικασίες ανατροφοδότησης του διδακτικού έργου των διδασκόντων από τους φοιτητές φαίνεται να εφαρμόζεται σε μη ικανοποιητικό βαθμό, καθώς οι ερωτήσεις είναι μάλλον περισσότερο προσανατολισμένες στην συμβατική εκπαίδευση.**

**Συμβουλή: Κρίνεται απολύτως απαραίτητη η βελτίωση του ερωτηματολογίου προς δύο βασικές κατευθύνσεις.**

- 1. Να εστιάσει στη αποτίμηση και όχι γενικά της εκπαιδευτικής διαδικασίας πρόσωπο με πρόσωπο (όπως διαφαίνεται από το ερωτηματολόγιο που εδόθη στην επιτροπή) αλλά στην μεθοδολογία της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης και**
- 2. Η οργάνωση των κριτηρίων (ερωτήσεων) σε άξονες, καθώς στο υφιστάμενο ερωτηματολόγιο υπάρχουν μόνο ερωτήσεις**

**Ενδεικτικό Παράδειγμα:**

**Άξονας 1: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΗ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ μεταξύ των τηλεδιασκέψεων**

**Κριτήριο 1: Συχνότητα επικοινωνίας**

**Κριτήριο 2: Διέγερση ενδιαφέροντος**

**Κριτήριο 3: ενθάρρυνση - Υποκίνηση**

**Κριτήριο 4:...**

**Άξονας 2 : ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ Τηλεδιασκέψεων**

**Κριτήριο 1 ..**

**Κριτήριο 2...»**

*Το ερωτηματολόγιο των φοιτητών για την αξιολόγηση του μαθήματος περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 5.*

**«Επιμόρφωση διδασκόντων»**

**«Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, είναι σαφές ότι παρέχεται επιμόρφωση στους διδάσκοντες προκειμένου να υποστηρίξουν την εκπαιδευτική διαδικασία. Όμως δεν είναι απολύτως σαφές αν η επιτροπή των διδασκόντων είναι θεσμοθετημένη.**

**Το κυριότερο θέμα είναι ότι η επιμόρφωση φαίνεται να εστιάζει σε εργαλειακά θέματα σχετικά με την ΕξΑΕ (χειρισμός πλατφόρμας, χειρισμός συστήματος τηλεδιάσκεψης κτλ) γεγονός που έχει σημαντική επίπτωση τόσο στην διαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού όσο και στην υποστήριξη των φοιτητών από τους διδάσκοντες.**

**Συμβουλή: Η επιμόρφωση θα πρέπει να εστιάζει στην παιδαγωγική διάσταση της ΕξΑΕ, την μεθοδολογία διαμόρφωσης εκπαιδευτικού υλικού με την μέθοδο της ΕξΑΕ σε θέματα υποστήριξης και συμβουλευτική των φοιτητών κ.α.»**

*Το Πανεπιστήμιο συμφωνεί με την παραπάνω υπόδειξη και ήδη έχει αρχίσει σειρά σεμιναρίων πάνω σε θέματα εκπαίδευση των διδασκόντων στη δημιουργία διδακτικού υλικού για εξ αποστάσεως εκπαίδευση. Ενδεικτικά παρατίθενται οι παρακάτω ιστοσελίδες, με νέα σεμινάρια, τα οποία εμπλουτίζονται συνεχώς.*

<http://dlitblog.unic.ac.cy/training-videos/moodle-training-accessible-videos/>

<http://dlitblog.unic.ac.cy/training-videos/>

*Οι παραπάνω σελίδες περιλαμβάνουν σειρά από εκπαιδευτικά βίντεο σχετικά με τη δημιουργία διδακτικού υλικού για εξ αποστάσεως μαθήματα τόσο στα Ελληνικά όσο και στα Αγγλικά. Επίσης περιλαμβάνουν εκπαιδευτικά βίντεο και για φοιτητές που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα και το υλικό. Τα θέματα αυτά και γενικά η εκπαίδευση στο στήσιμο των εξ αποστάσεως μαθημάτων προσφέρεται και δια ζώσης στους διδάσκοντες στις εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου στην Κύπρο και σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κρήτη. Τέλος τόσο τα εκπαιδευτικά βίντεο όσο και τα δια ζώσης μαθήματα ανανεώνονται και εμπλουτίζονται συνεχώς.*

**«Η αναλυτική και ουσιαστική ανατροφοδότηση των γραπτών εργασιών από τον διδάσκοντα στο διδασκόμενο. Σε αυτό το σημείο διαπιστώθηκε πως δεν υπάρχει κάποια θεσμοθετημένη διαδικασία καθώς οι ανατροφοδοτήσεις των διδασκόντων δεν ήταν ενταγμένες μέσα σε ένα συνολικό πλαίσιο.»**

*Η ανατροφοδότηση των ηλεκτρονικών κοιζ είναι αυτόματη. Η σωστή απάντηση δίνεται ηλεκτρονικά σε κάθε ερώτηση με σημεία που θα έπρεπε να προσεχθούν. Επιπλέον υπάρχει συνολική ανατροφοδότηση ανάλογα με το εύρος του τελικού βαθμού του Κοιζ σε σχέση και με τους μαθησιακούς στόχους και τη συνολική αξιολόγηση του μαθήματος (π.χ «Το εύρος του βαθμού σου είναι οριακά πάνω από την βάση στην εξέταση αυτή. Θα πρέπει να προσπαθήσεις περισσότερο στη συνέχεια του μαθήματος για να ανεβάσεις το βαθμό σου. Πρέπει να δώσεις βάση στα μαθήματα ..... όπου και είχες τις περισσότερες λάθος απαντήσεις. Ειδικά πρέπει να ξεκαθαρίσεις .....»). Στις γραπτές εργασίες η ανατροφοδότηση δίνεται με σχόλια και αποδείξεις στο κείμενο και συνολικά σε όλη την εργασία (με τη βοήθεια του track changes,*

*review-comments του word). Στις γραπτές εξετάσεις η ανατροφοδότηση δίνεται στο γραπτό μέσω τηλεσυνδιάσκεψης (Skype) με κάθε φοιτητή.*

**«Η καθοδήγηση μέσω της τηλεδιάσκεψης: δεν ήταν σαφής ο τρόπος με τον οποίο οι διδάσκοντες θα αξιοποιήσουν τις τηλεδιασκέψεις προκειμένου να υποστηρίξουν τους φοιτητές τους. Η εντύπωση του δόθηκε ήταν πως ο κάθε διδάσκοντας χρησιμοποιούσε το εργαλείο με τα δικά του κριτήρια, τα οποία δεν ήταν ενταγμένα σε ένα κοινό θεσμοθετημένο πλαίσιο.»**

*Οι διδάσκοντες σίγουρα διατηρούν αυτονομία τόσο στην καθοδήγηση όσο και στην ανατροφοδότηση των φοιτητών. Παρόλα αυτά υπάρχουν συγκεκριμένες οδηγίες για την καθοδήγηση. Για παράδειγμα υπάρχουν συχνά βίντεο (ή audio) με οδηγίες για συγκεκριμένες απαιτήσεις του μαθήματος π.χ εργασίες. Υπάρχουν δοκιμαστικά κουίζ για προετοιμασία/εξοικείωση των φοιτητών για τα κανονικά κουίζ. Υπάρχουν ομαδικές και ατομικές τηλεδιασκέψεις για καθοδήγηση και η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επίσης υπάρχει το course outline (δίδεται από την πρώτη μέρα) που περιγράφει αναλυτικά τόσο τους τρόπους αξιολόγησης όσο και την διαδοχή των διαλέξεων και τα προτεινόμενα/απαιτούμενα βιβλία.*

#### **«Διδακτικό Υλικό»**

**«Τα εγχειρίδια, επιστημονικά περιοδικά και οι βάσεις δεδομένων πληρούν απολύτως τις προδιαγραφές που προβλέπει η μεθοδολογία της εξ αποστάσεως εκπαίδευση και φαίνεται ότι επικαιροποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα.**

**Όμως, το βασικό διδακτικό υλικό δεν φαίνεται να ανταποκρίνεται στην μεθοδολογία της ΕξΑΕ σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα (OUK, HOU, etc). Επίσης, το υπό διαμόρφωση εκπ. Υλικό που προσφέρεται στο εξ αποστάσεως πρόγραμμα δεν φαίνεται να έχει διαφορές από αυτό που προσφέρεται στο δια ζώσης πρόγραμμα.**

**Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση, ο φοιτητής καλείται να μελετήσει, έχοντας ως βασικό εργαλείο μελέτης το εκπαιδευτικό υλικό. Για αυτό τον λόγο είναι αναγκαίο, να γνωρίζει αναλυτικά από τα πρώτα στάδια της μελέτης του τι πρέπει να κάνει, γιατί το κάνει, πώς να το κάνει και τέλος αν το έκανε σωστά.**

**Συμβουλή: Το εκπαιδευτικό υλικό με την μέθοδο της εξ αποστάσεως θα πρέπει**

- **Καθοδηγεί το σπουδαστή στη μελέτη του**
- **Προάγει την αλληλεπίδραση του σπουδαστή με το εκπαιδευτικό υλικό**
- **Επεξηγεί δύσκολα σημεία και έννοιες.**
- **Αξιολογεί το σπουδαστή και τον ενημερώνει για την πρόοδο του**
- **Εμψυχώνει και ενθαρρύνει το σπουδαστή**
- **Του επιτρέπει να επιλέγει τον τόπο, τον τρόπο και το ρυθμό της μελέτης**
- **Να δημιουργούν συνθήκες τόσο για την εργασία σε μικρές ομάδες όσο και τη συνεργατική μάθηση.**

- 1 Θα πρέπει να ενισχυθεί η παιδαγωγική διάσταση της DL UNIT, προκειμένου να υποστηρίξει κρίσιμες παραμέτρους της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.
- 2 Προκειμένου κάτι τέτοιο να γίνει εφικτό, θα μπορούσε να εξετασθεί η σύσταση μονάδας παιδαγωγικού σχεδιασμού προγραμμάτων εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.
- 3 Σε ένα eLearning πρόγραμμα ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία είναι η δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού με τη μέθοδο της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης. Κάτι τέτοιο δεν καλύπτει επαρκώς και θα πρέπει η μονάδα του παιδαγωγικού σχεδιασμού να αναλάβει τις απαραίτητες πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση και σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.
- 4 Επίσης, σημαντικό σημείο ενός εξ αποστάσεως προγράμματος είναι τα θέματα της ανατροφοδότησης των φοιτητών σε σχέση με τις γραπτές εργασίες και τις αλληλεπιδράσεις γενικότερα. Η παιδαγωγική μονάδα σχεδιασμού των προγραμμάτων της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης θα μπορούσε να συμβάλει σε αυτή την κατεύθυνση τόσο στο επίπεδο σχεδιασμού όσο και της επιμόρφωσης των διδασκόντων σε αυτά τα θέματα.
- 5 Τέλος, θα πρέπει να σχεδιαστεί ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο αξιολόγησης που θα είναι εστιασμένο στη μεθοδολογία της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.»

*Με την έγκριση του προγράμματος από τον φορέα και πριν την πρώτη εισαγωγή φοιτητών στο πρόγραμμα όλοι οι διδάσκοντες θα πρέπει να προσαρμόσουν το υλικό του συμβατικού προγράμματος στα δεδομένα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης. Ενδεικτικά τα course outlines θα διαμορφωθούν με βάση τις οδηγίες και το template του παραρτήματος 1. Επίσης παρατίθεται στο Παράρτημα 2 υπόδειγμα σε τελική μορφή από άλλο πρόγραμμα. Στο παράρτημα 3 περιλαμβάνεται ο οδηγός αξιολόγησης του ίδιου μαθήματος-υποδείγματος και στο παράρτημα 4 ο τρόπος που θα εμφανίζεται το μάθημα στην πλατφόρμα. Όλα τα μαθήματα του προγράμματος θα προσαρμοστούν σε αυτήν την μεθοδολογία.*

*Το Τμήμα Εξ αποστάσεως Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου είναι έτοιμο να παράσχει την απαραίτητη εκπαίδευση των διδασκόντων στην προσαρμογή του υλικού.*

#### **ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ:**

**«Το πρόγραμμα σπουδών, στο σύνολο του, παρέχει κυρίως τη θεωρητική επιστημονική κατάρτιση στους φοιτητές, ώστε να κατανοούν την κλινική οντότητα της Μυοσκελετικής και Αθλητικής φυσικοθεραπείας και ΜΟΝΟ. ΔΕΝ περιλαμβάνει, όμως, την απαραίτητη και επαρκή σε περιεχόμενο πρακτική άσκηση, και προτείνεται η ουσιαστική ενίσχυση της στις πολύ αξιόλογες υποδομές που διαθέτει το Πανεπιστήμιο. Ο εξοπλισμός του φυσικοθεραπευτηρίου θα**

μπορούσε να εξυπηρετήσει την κατεύθυνση της “ Αποκατάσταση Αθλητικών Κακώσεων” ή την “ Αθλητική Φυσικοθεραπεία”. Τόσο ο τίτλος όσο και το μέρος του ΠΜΣ που επιχειρεί να εισάγει τον όρο Ορθοπαιδική Επιστήμη προκαλεί σύγχυση με συγκεκριμένα αντικείμενα της Ιατρικής και θα δημιουργήσει μελλοντικά ποικίλα προβλήματα στην επαγγελματική άσκηση των αποφοίτων, αλλά, πρώτα από όλα, στην περίθαλψη και την ασφάλεια των ασθενών, οι οποίοι του ΠΜΣ –Μη Ιατρό. Θεωρούμε ότι αυτό το πρόγραμμα σπουδών χρήζει τροποποιήσεων του τίτλου και του περιεχομένου, ώστε να αποφευχθεί αυτό το ενδεχόμενο.»

*Τονίζουμε ότι το πρόγραμμα δεν φιλοδοξεί να εκπαιδεύσει φυσικοθεραπευτές σε καμία ιατρική ειδικότητα και πολύ περισσότερο στην Ορθοπαιδική. Η παρατήρηση αυτή έγινε και δια ζώσης από την επιτροπή και απαντήθηκε. Προφανώς δεν έγινε κατανοητό ότι η ειδικότητα της Ορθοπαιδικής Επιστήμης απευθύνεται μόνο σε Ιατρούς. Επιπλέον, η κατεύθυνση της Ορθοπαιδικής Επιστήμης που τόσο κατακρίθηκε από την επιτροπή αναστέλλεται. Το πρόγραμμα μετονομάζεται σε «Μεταπτυχιακό στην Φυσικοθεραπεία και Αποκατάσταση» με δυο κατευθύνσεις στην Μυοσκελετική και στην Αθλητική Φυσικοθεραπεία.*

*Η εκπαίδευση στο πρακτικό κομμάτι είναι στα επίπεδα των Πανεπιστημίων της Αυστραλίας και της Αγγλίας. Πουθενά στον κόσμο δεν γίνεται πρακτική σε μεταπτυχιακό επίπεδο πάνω σε ασθενείς μια και όλοι ανεξαιρέτως οι φοιτητές είναι εργαζόμενοι κλινικοί και θεωρείται ότι κάνουν την κλινική πρακτική στην εργασία τους. Η κλινική εκπαίδευση είναι σχεδόν διπλάσια από τα αντίστοιχα μεταπτυχιακά στην Ελλάδα που έχουν θεωρία και πρακτική σε ένα ΣΚ το μήνα (σύνολο 3 το εξάμηνο). Το παρόν μεταπτυχιακό έχει μόνο την πρακτική σε 3-5 ΣΚ το εξάμηνο μια και η θεωρία παραδίδεται ηλεκτρονικά. Επιπλέον υπάρχουν 60 ώρες τεκμηριωμένης κλινικής πρακτικής με καθοδήγηση στο τέλος της ειδικότητας.*

*Επιπλέον αρκετοί εθελοντές ασθενείς παρουσιάζονται (εξέταση και θεραπεία) στη διάρκεια των εργαστηριακών/πρακτικών μαθημάτων. Οι ασθενείς αυτοί είναι τόσο μυοσκελετικοί (Οσφυαλγίες, αυχενικά σύνδρομα, κτλ) όσο και με αθλητικές κακώσεις (θλάσεις, ρήξεις συνδέσμων, κτλ) και παρουσιάζονται ξεχωριστά σε κάθε κατεύθυνση. Ο εξοπλισμός που κατά ομολογία της επιτροπής είναι άριστος είναι κοινός για τις αθλητικές κακώσεις και τις μυοσκελετικές παθολογίες. Άρα η κριτική ότι ο εξοπλισμός και η εκπαίδευση εξυπηρετούν κυρίως την Αθλητική Φυσικοθεραπεία είναι μάλλον άδικος.*

**«Γι’ αυτό που ονομάζει «Ορθοπαιδική Επιστήμη»- νεολογισμό που πρωτοστατήσαμε στο συγκεκριμένο Πρόγραμμα – ΔΕΝ παρέχεται κατάρτιση, καθώς δεν έχει σαφή ορισμό του γνωστικού αντικειμένου, δεν έχει προσδιορισμένο ακαδημαϊκό περιεχόμενο και επαγγελματικές εφαρμογές. Τα όσα περιγράφει το πρόγραμμα που μας δόθηκε εισαγάγουν στοιχεία «υποκατάστασης ρόλου» που καλύπτει η Ιατρική ειδικότητα της Ορθοπαιδικής Χειρουργικής για περισσότερο από δυόμισι αιώνες. Δεν παρέχει ούτε στον Ανειδίκευτο γιατρό την απαραίτητη γνώση των βασικών επιστημών που απαιτούνται για την κατανόηση της ΠΑΘΟΛΟΓΙΑΣ και του ΤΡΑΥΜΑΤΟΣ του Μυοσκελετικού Συστήματος, δηλαδή της εξειδίκευσης στην ΟΡΘΟΠΑΙΔΙΚΗ ,η οποία απαιτεί τουλάχιστον 6 χρόνια Ιατρικής ειδικότητας. Η προτεινόμενη διδακτέα ύλη στην Ορθοπαιδική περιλαμβάνει ύλη που καλύπτει από μακρά διδασκαλία και κλινική άσκηση στα προγράμματα σπουδών των Ιατρικών Σχολών, για την κατανόηση της οποίας προϋπόθεση είναι η ευρεία κατάρτιση στις βασικές επιστήμες, Ανατομίας, Ιστολογίας, Βιολογίας, Βιοχημείας, Παθολογικής Ανατομικής, Εμβιομηχανικής κτλ.»**

*Το πρόγραμμα δεν φιλοδοξούσε ποτέ να εκπαιδεύσει στην Ορθοπαιδική Ιατρική ούτε τους Γιατρούς ούτε τους φυσικοθεραπευτές φοιτητές. Στην προκειμένη περίπτωση αφού η κατεύθυνση της Ορθοπαιδικής Επιστήμης αναστέλλεται και το πρόγραμμα αλλάζει όνομα (Μεταπτυχιακό στη Φυσικοθεραπεία και Αποκατάσταση) η παρατήρηση αυτή ικανοποιείται.*

**«Εισήγηση: Να παραληφθεί η συγκεκριμένη κατεύθυνση από το πρόγραμμα.»**

*Η εισήγηση ικανοποιήθηκε.*

**«Το μεταπτυχιακό πρόγραμμα, επίσης, ΔΕΝ καλύπτει την «Αποκατάσταση» στο σύνολο του ευρύτατου ακαδημαϊκού ,κλινικού και επαγγελματικού πεδίου, καθώς δεν συμπεριλαμβάνει την αποκατάσταση νοητικών, καρδιο- αναπνευστικών, νευρο-οφθαλμολογικών διαταραχών κ.α.»**

**«Εισήγηση: Να παραληφθεί η συγκεκριμένη κατεύθυνση από τον Τίτλο του προγράμματος. Ο προτεινόμενος τίτλος είναι «Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Μυοσκελετική Υγεία και Αθλητική Φυσικοθεραπεία.»**

*Ο όρος αποκατάσταση είναι γενικός και δια-τομεακός. Η φυσικοθεραπεία είναι βασικός άξονας της φυσικής και λειτουργικής αποκατάστασης και δικαιολογεί επαρκώς τη χρήση του όρου. Πουθενά δεν αναφέρεται ότι για την χρήση του όρου θα πρέπει να υπάρχουν όλες οι ειδικότητες όσο μικρές και αν είναι. Επιπλέον το πρόγραμμα προτίθεται να ενισχυθεί με επιπλέον ειδικότητες στο μέλλον όπως η Νευρολογική Φυσικοθεραπεία και η Καρδιοαναπνευστική Φυσικοθεραπεία.*

**«Ως πρόγραμμα «εξ αποστάσεως» παρέχει μεν θεωρητική αλλά δυσανάλογα περιορισμένη κλινική και πρακτική εκπαίδευση. Η εμπειρία σε εργαστηριακά μαθήματα κλινικών δεξιοτήτων, με ασθενείς- μοντέλα, μπορεί να είναι χρήσιμη στη αρχή, για να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις δεξιότητες αλλά τελική άσκηση δεξιοτήτων σε πραγματικούς ασθενείς είναι αναντικατάστατη. Είναι αδύνατη η εξ αποστάσεως εκπαίδευση των φοιτητών σε μαθήματα με πρακτικό περιεχόμενο.»**

**«Εισήγηση: Να βελτιωθεί η αναλογία distal learning/ πρακτική άσκηση. ΑΥΞΗΣΗ των ωρών της πρακτικής άσκησης σε τρεις υποχρεωτικές και ξεχωριστές φυσικές παρουσίες ανά δμήνο, στα πολύ καλά εξοπλισμένα εργαστήρια Φυσικοθεραπείας του Πανεπιστημίου. Σ' αυτή την επιλογή προτείνεται η ανάλογη αναδιάρθρωση της διδακτέας ύλης του θεωρητικού προγράμματος.»**

*Η εισήγηση των αξιολογητών θα υιοθετηθεί άμεσα και πιστεύουμε ότι είναι προς το συμφέρον του προγράμματος. Η ύλη είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να επιτρέπει 3 φυσικές παρουσίες ανά*



*εξάμηνο σε ξεχωριστά Σαββατοκύριακα. Εκτός από τα εργαστήρια του προγράμματος υπάρχει και πρόβλεψη για μια επίσκεψη στο Εργαστήριο Ανατομίας της Ιατρικής σχολής στη διάρκεια του 1<sup>ου</sup> εξαμήνου για διευκόλυνση του μαθήματος PTHE-502.*

**«Δεν επαρκεί ο χρόνος της πρακτικής άσκησης στην «αποκατάσταση» του Μυοσκελετικού όπως περιγράφεται στο πρόγραμμα. Το επιστημονικό προσωπικό δεν επαρκεί να καλύψει το ευρύτατο προτεινόμενο επιστημονικό πρόγραμμα.»**

*Τα μαθήματα μυοσκελετικής αποκατάστασης είναι μαθήματα μυοσκελετικής φυσικοθεραπευτικής αποκατάστασης. Σε αυτά τα δυο μαθήματα υπάρχουν 3 ειδικευμένοι φυσικοθεραπευτές στην μυοσκελετική (φυσικοθεραπευτική) αποκατάσταση με Μάστερ από Αυστραλία, Αγγλία και ΗΠΑ, και διδακτορικό από Αγγλία (οι δυο) και ΗΠΑ. Αυτό το προσωπικό είναι απολύτως ικανό και επαρκές να καλύψει τις αρχικές ανάγκες του προγράμματος. Εάν η επιτροπή αναφέρεται σε άλλες μορφές μυοσκελετικής αποκατάστασης εκτός από τις φυσικοθεραπευτικές παρεμβάσεις αυτό είναι εκτός του σκοπού των μαθημάτων και συνεπώς δεν υπάρχει ανάγκη να καλυφτεί. Εάν ο αριθμός των φοιτητών είναι μεγάλος και υπάρχει ανάγκη για πρόσληψη επιπλέον προσωπικού αυτό θα αξιολογηθεί και αποφασιστεί στο μέλλον.*

**«Τα κριτήρια εισδοχής είναι γενικευμένα και σε σημαντικό βαθμό ακαθόριστα, με προαπαιτούμενο προσόν μόνο ένα πτυχιακό τίτλο σπουδών Ιατρικής ή Φυσικοθεραπείας ή και σε άλλους συναφείς, πλην όμως, υποδεεστέρους του επιπέδου της εκπαίδευσης της Ιατρικής κλάδους, για την εισδοχή σε ένα πρόγραμμα που από τον τίτλο του εμπεριέχει στοιχεία ιατρικών σπουδών. Επίσης, δεν αναφέρεται να αξιολογείται η τάξη του πτυχιακού τίτλου σπουδών ή να διενεργείται κάποιο είδος συνέντευξης, ουσιαστικού χαρακτήρα, αλλά να αξιολογεί αντικειμενικά συγκεκριμένα στοιχεία της προσωπικότητας των υποψηφίων, τα οποία ενδεχομένως να μην κατοχυρώνονται με τον πτυχιακό τίτλων σπουδών, αλλά να είναι απαραίτητα γι' αυτό το πρόγραμμα. Επίσης, δεν αναφέρεται η οργάνωση Ιατρικού συμβουλίου και η θέσπιση συγκεκριμένων περιορισμών των υποψηφίων για την εισδοχή, οι οποίοι να αφορούν την ύπαρξη συγκεκριμένων αναπηριών των υποψηφίων, που δεν τους επιτρέπουν να παρακολουθήσουν αυτό το πρόγραμμα σπουδών (κυρίως το πρακτικό μέρος) ή και να εξασκήσουν μελλοντικά με ασφάλεια και επιτυχία σε ασθενείς τις δεξιότητες που θα αποκτήσουν.»**

*Με την αφαίρεση της κατεύθυνσης των Ιατρών και την αλλαγή του ονόματος δεν θα υπάρχει κανένα πρόβλημα με τα κριτήρια εισδοχής μια και αυτά θα αλλάξουν σε πτυχίο Φυσικοθεραπείας μόνο. Η πρακτική της συνέντευξης δεν είναι συνηθισμένη στην Ιδιωτική εκπαίδευση και αφήνει περιθώρια κριτικής στο Πανεπιστήμιο και στις επιτροπές. Η φυσική ικανότητα των φυσικοθεραπευτών να παρακολουθήσουν το πρόγραμμα καθορίζεται από την κατοχή άδειας εξασκήσεως επαγγέλματος. Άτομα με φυσική ανικανότητα είναι αδύνατον να εισαχθούν αφού δεν θα μπορούν να παρακολουθήσουν τις συναντήσεις και αυτο-αποκλείονται.*

**Ο Συντονιστής του προγράμματος  
Μάνος Στεφανάκης**

## **Παράρτημα 1**

# **Design for Learning Planner**

## **Overview**

The Design for Learning Planner is a document that assists lecturers to design and structure their courses. It is based on the Carpe Diem process. The Carpe Diem process is based on research by Professor Gilly Salmon, refined at the University of Bournemouth and Anglia Ruskin University. The model has been further tested, developed and adapted by Dr Alejandro Armellini at the Beyond Distance Research Alliance, University of Leicester, since 2006.

### **1.2 Getting your course online**

**Date:**

---

**Department:**

---

**School:**

---

**Lecturer(s):**

---

**Course(s) to be worked on:**

---

**Phase 1: Write a Blueprint**

The essential aspects of your course.

**Phase 2: Storyboard your Course**

Here you layout the process of your course as a 'storyboard'.

**Phase 3: Build your Prototype Online**

After designing on paper, now you try out your design online.

**Phase 4: Check Reality**

Your designs are tried out by your reality checker(s), to see how they work.

**Phase 5: Review and Adjust**

Building on the feedback from the reality checker(s), you review the work so far, make adjustments, refine timings, flag up places to return to, indicate what additional work is needed and who should be responsible for it.

## Phase 6: Planning your Next Steps

Now the team is ready to build an action plan together.

### 1.3 Stage 1: Write a Blueprint

#### 1. Our mission is...

Agree on the overarching aims and intentions of your course. Write a statement that captures those aims and intentions on the flip chart (you may want to keep a copy). *This is the text you might want to write just above the module's learning outcomes.*

#### **Example:**

\* The Masters in Learning Innovation equips participants with the skills and understanding to develop and deploy innovative approaches to learning, teaching, assessment and research across a range of educational and training sectors.

--

#### 2. The 'look and feel' of your online course

##### Our look and feel focuses on...

Choose the 5 adjectives in the following grid that best describe the look and feel you would like for your online course (or the online components of your course). You may want to add some adjectives of your own.

textured	grand	unusual
----------	-------	---------

classy	managerial	purposeful
trendy	post-modern	elite
professional	controversial	participative
simple	pleasant	eye catching
bright	fun	accessible
relevant	daring	playful
compact	decisive	creative
smart	energetic	light
efficient	flashy	modern
fiery	basic	current
strong	blended	incisive
challenging	dynamic	mobile
engaging	demanding	global
reflective	edgy	enabling
clear	enticing	bland
contextualised	can-do	forward-looking
collaborative	practice-based	flexible

### 3. Learning outcomes (at course level)

What are your learning outcomes as specified in your course descriptors?

Decide on the major ones.

By the end of the course, you will...

<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
--	--

#### 4. Assessment (at course level)

WHAT must be assessed?	
We would like to assess in THESE WAYS (e.g. through an exam, assignment, etc):	
We would rather NOT assess in these ways:	
We will exploit technology for formative and summative assessment by... (e.g. by setting up a multiple-choice exam on our VLE; by providing formative feedback on learning activities):	
The work done <i>during</i> the course will contribute to formative and summative assessment in these ways:	
Formative feedback will be offered by tutors and peers in these ways and using these technologies:	
Peer-assessment will be built into your course as follows:	
We will exploit technology for formative and summative assessment by... (e.g. by setting up a multiple-choice exam on our VLE; by	



providing formative feedback on learning activities):	
The work done <i>during</i> the course will contribute to formative and summative assessment in these ways:	
Formative feedback will be offered by tutors and peers in these ways and using these technologies:	
Peer-assessment will be built into your course as follows:	

## 1.4 Stage 2: Storyboarding your Course

### STAGE 2 STORYBOARDING YOUR COURSE

| Remember to bring in your course outline |

## WHY STORYBOARDING YOUR E-COURSE IS IMPORTANT

1. Storyboarding helps us to help you more effectively by shifting a lot of the technical work to us and emphasizing what you know best, which is 'teaching' your course.
2. When we storyboard your course we support you by giving you ideas about suitable new technologies that might enhance your online course.
3. Storyboarding also helps us keep a high consistent standard in all related e-learning courses.
4. Storyboarding emphasizes the need to make online learning active and collaborative thus applying learning design principles.
5. Storyboarding will ensure that we adhere to the distance learning expectations of external bodies such as the ECPU.

# REFERENCE: STORYBOARDING COMPONENTS

## CONTENT

ALSO REFER TO APPENDIX 3



## VCASMO

Articulate ( Video Encoder/Presenter/Engage )

Camtasia Studio Screen Recorder

Other suitable Web 2.0 Technologies

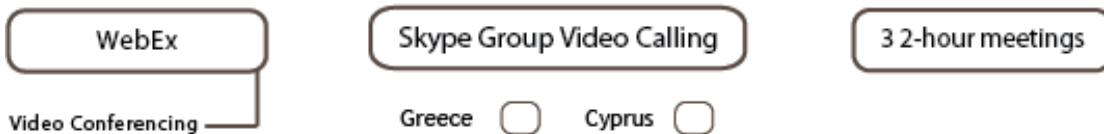
## ASSESSMENT



## LEARNING ACTIVITIES



## FACE-TO-FACE | VIDEO CONFERENCING



## LEARNING OBJECTIVES | LEARNING OUTCOMES

Refer to your ECTS course outline

## GENERAL INFORMATION

--

### Week 1 | Topic 1

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

### Week 2 | Topic 2

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

### Week 3 | Topic 3

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

### Week 4 | Topic 4

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 5 | Topic 5**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 6 | Topic 6**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 7 | Topic 7**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 8 | Topic 8**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 9 | Topic 9**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 10 | Topic 10**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 11 | Topic 11**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

**Week 12 | Topic 12**

CONTENT	ASSESSMENT	LEARNING ACTIVITIES	FACE-TO-FACE / VIDEO CONFERENCING	LEARNING OBJECTIVES LEARNING OUTCOMES

## **1.5 Stage 3: Planning and Building your Prototype Online**

### **1.5.1 Learning Activities 1: What are learning activities?**

#### **Learning activities are:**

- **Motivating, engaging and purposeful;**
- **Based on interaction between learners/students/participants & active contribution;**
- **Designed and led by an e-moderator;**
- **Structured participative group work online**
- **Usually asynchronous (take place over time);**
- **Cheap and easy to run via VLE/discussion boards/Web 2.0**

#### **Why use learning activities?**

- **They're in your hands**
- **They're easily changeable**
- **They utilise a wide variety of knowledge**
- **They are focused on application of learning**
- **They are customisable and personalisable**
- **They help to build communities of practice**
- **Evaluation for quality & effectiveness can be built into process**
- **Any topic, any level**



## How to create learning activities

1. **Start with the End in Mind.**  
What do you want to achieve by this online learning activity?  
How will it add to the students' learning?  
How will you evaluate the activity?
2. **First Things First!**  
How will you introduce and start the activity off?  
How much notice will the students' need  
Can you design clear instructions?
3. **Think Win : : Win**  
Why will the students want to take part?  
Will it add obvious and clear value?
4. **Sharpen the Saw**  
How will you prepare yourself to make this learning activity a success?  
What preparation will the student need to take part?
5. **Be Proactive**  
Plan your role and actions.  
How often will you need to intervene?  
What will you do about non-participants?
6. **Seek to Understand**  
What happens if the activity doesn't go as you planned?  
How can you get information to change it for next time?
7. **E-moderate**  
Plan what you have to do to make this work!

The better designed the activities, the easier they will be to e-moderate.


## 1.5.2 Learning Activities 2: Annotated Template for Creating Learning Activities

<p><b>Activity:</b></p>	<p><b>Title, number of the activity</b></p> <p><i>e.g. Learning Activity 6.2: [name]</i></p> <p><b>Small piece of information, stimulus or challenge (the ‘spark’)</b></p> <p><i>e.g. Video or audio file, link to website, picture,...</i></p>
<p><b>Purpose:</b></p>	<p><b>Purpose of activity (this may include link to course and/or assessment)</b></p> <p><b>How does this activity relate to my learning objectives.</b></p>
<p><b>Task:</b></p>	<p><b>This is where you tell participants exactly what to do, where to do it (e.g. a link to the forum or wiki needed in the activity), as well as when they are expected to do it by. You may also give them an idea of the size of the answer you expect (e.g. number of words). This is the first ‘iteration’ of the loop.</b></p>
<p><b>Respond:</b></p>	<p><b>Typically, you could ask learners to reflect on and respond to others’ contributions. This provides ‘additional collaborative loops’ to your activity. You may wish to include the link (again) to where these additional contributions are expected (e.g. a forum, wiki, or blog).</b></p> <p><i>e.g. Comment on at least one of your colleagues’ contributions and expand on their reasoning if appropriate (100 words maximum). Make sure your response is available by 6 February.</i></p>

**Specify how much time you expect the e-moderator and the students to spend on this learning activity as the course unfolds.**

A blank template can be found in Example 5

### 1.5.3 Learning Activities 3: Sample Learning Activities

	<p><b>Quality in schools</b></p> 
<b>Purpose</b>	To familiarise yourself with basic data collection using your mobile device and sharing reflections on the data with your peers and tutor
<b>Task</b>	<p><b>To be done by (date).</b> Carry out a short interview with a staff member at the school you will visit (10 minutes maximum). Ask them about their views on measuring quality in schools (how it's done, whether it's fair) and what their school does to enhance quality. Ask for permission to audio record the interview.</p> <p>Write a summary of the person's views and post it as a message to <b><u>the relevant thread in the discussion board</u></b>. Attach the audio file you obtained during the interview to your message.</p>
<b>Respond</b>	<p><b>To be done by (date) (4 days after the above date).</b> Choose a contribution posted by a colleague to which no-one else has responded yet. In your <u>reply</u> to it, indicate (a) whether you agree that your colleague's summary truly captures the key points raised during the interview and (b) add your own insights into the interviewee's opinions on quality in schools.</p>

For a group of 30 UG distance students, the moderator is expected to spend **xx** minutes per week over **xx** weeks on this learning activity (total: **xx** hours).

Learners should set aside approximately **xx** hours over **xx** weeks to complete all sections of this learning activity.



<b>Purpose</b>	To inform our thoughts on the future of learning in HE by reviewing predictions we made 10 years ago.
<b>Context</b>	It's 1998. The web has been in use in HE for some time and is becoming normalised. Google is emerging. Some are making inroads into this new thing called VLEs. You have explored some VLEs and are excited. So are your colleagues.
<b>Your task</b>	<p>Can you remember your thoughts about what might happen to technology-enhanced learning in HE over the following 10 years? Share at least 2 thoughts or predictions you made in 1998. You may want to start your contribution as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- By 2008,...</li> <li>- In 10 years' time,...</li> </ul> <p>You may also wish to share what you never thought would happen...</p> <p>How right or wrong these predictions were does not matter! Suggested length: 100 words per post. Please post your contribution to <a href="#">this forum</a> (accessible also through the <i>Discussion Forum</i> link, above) by 19 November.</p>
<b>Respond</b>	By 21 November, <a href="#">reply to at least one post</a> , sharing your views (and experience, if applicable) on that colleague's predictions.

**For a group of 20 participants, the moderator is expected to spend two hours over 1 week on this activity.**

**Each learner should set aside approximately 1 hour in total to complete this activity.**

**The good learning activity criteria**

- **Unambiguous (not open to interpretation)**
- **Short**
- **Can be grasped at the first reading**
- **Offers obvious benefit to the participant**
- **Contributes visibly to the learning objective**
- **E-moderator's role is clear**
- **Timed**

## **1.6 Stage 4: Check Reality**

A reality checker will provide feedback, from the user's point of view, on the activities you have generated. Each reality checker will be asked to complete the form shown in Example 4 – one form per learning activity.

## **1.7 Stage 5: Review and Adjust**

Decide whether you need to:

- **Adjust the blueprint and the storyboard.**
- **Adjust the online course.**
- **Especially consider navigation, timings and assessment.**

## 1.8 Stage 6: Planning Your Next Steps

- Refer to your storyboard.
- Refer to the suggestions from the reality checker.
- What else needs doing and who will do it?
- Assess the risks (how are you going to find the time to complete the work, what might interfere, who else might need to be involved).
- Consider what other resources you need to acquire or include, as well as resources that you had available but did not use.
- Set clear deadlines.
- Set a date for your next team meeting when you will review progress.

Now build an action plan for completing your online course (see example in first row)

What needs doing	Who will do it	Help needed and sources of help,	Risks	Completion date
<i>[e.g.] At least 2 more activities in module 3 addressing links between being a visual learner and second language acquisition.</i>	<i>Alex</i>	<i>IT coordinator (may require multimedia element).</i>	<i>IT coordinator on holiday last week in Feb.</i>	<i>End of March 2011</i>

--	--	--	--	--

Please take your blueprint, storyboard and action plan with you.

### **Follow-Up**

Research suggests that successful teams take advantage of follow-up opportunities.

In particular:

- **A follow-up will take place with the course members on an agreed date.**
- **Learning technology support to help implement course design.**

## **Example 4: Reality Checker's Form**



**Topic, course or module**

**Learning activity number or name.....**

**Note: you do not have to complete the task itself, instead, assess it from a student's point of view.**

**First impressions**

**How easy is the learning activity to navigate?**

**Is it clear what you are supposed to do? Describe any issues.**

**List two features of the activity you found enjoyable or effective.**

**How would you improve the learning activity?**

Overall comments

### Example 5: Template for Creating Learning Activities

<b>Learning Activity:</b>	
<b>Purpose:</b>	
<b>Task:</b>	
<b>Respond:</b>	

Specify how much time you expect the e-moderator and the students to spend on this learning activity as the course unfolds.



### Example 6: A Resource Audit

	Format				
↓Content (under the appropriate licences)	Text & graphics	Audio	Video	Slides (e.g. PowerPoint)	Other (e.g. Adobe Presenter)
What I find and reuse <i>as is</i>					
What I find, tweak and use					
What I find, repurpose and use					

<b>What I create for this module</b>					
--	--	--	--	--	--

	Format				
↓Content (under the appropriate licences)	Text & graphics	Audio	Video	Slides (e.g. PowerPoint)	Other (e.g. Adobe Presenter)
<b>What I find and reuse as is</b>	OER for section 1.  Reflective task from source Z.  Guidelines on assignment writing.	Podcast for section 3.	iTunesU resources for sections 1 and 7.	Slideshare resource for section 5.	Organisation X's website.
<b>What I find, tweak and use</b>	OER for section 2. Assessment rubric from W.				
<b>What I find, repurpose and use</b>	OER for section 3.	New podcast based on X.		Slides adapted from resource Y.	
<b>What I create for this module</b>	Introduction to all sections of the module.  5 e-tivities. Summaries.  Assessment rubrics.	5 to 8-minute summaries of key points per section. Advice and guidance for assessment.  Feedback on draft assignments.	A 5-minute talking head to introduce the programme and the academic team.	Support slides for sections 4, 7 and 8.	Detailed presentations for sections 2, 3 and 6.

## Παράρτημα 2

### Sample Course Outline



<b>Course Code</b> MBA-667	<b>Course Title</b> Strategic Marketing	<b>ECTS Credits</b> 7.5
<b>Department</b> School of Business	<b>Semester</b> Fall 2012	<b>Prerequisites</b> None
<b>Type of Course</b> Core	<b>Field</b> Marketing	<b>Language of Instruction</b> English
<b>Level of Course</b> 2 <sup>nd</sup> Cycle	<b>Year of Study</b> 1st	<b>Mode of Delivery</b> e-learning
<b>Course leader</b> Prof. Demetris Vrontis	<b>Lecturer</b> Prof. Demetris Vrontis	<b>Student Consultation Hrs</b> By appointment
<b>Telephone</b> +357 22841615	<b>E-mail</b> <a href="mailto:vrontis.d@unic.ac.cy">vrontis.d@unic.ac.cy</a>	<b>Office</b> M207, Millennium Building, 2 <sup>nd</sup> Floor

#### Objectives of the Course:

1. Provide an overview of the key principles of marketing
2. Revise the theoretical knowledge underlying marketing practice
3. Demonstrate marketing thinking through the study of strategic marketing philosophy and principles
4. Illustrate marketing research and market opportunity assessment techniques and understand their role and importance in the strategic marketing process
5. Analyze marketing issues affecting different industries, a variety of companies and their competitors
6. Explain the consumer differences in markets, their effect on strategic marketing planning and their source as it can be traced to local culture, economy, competitive forces, market profile and other environmental attributes, stemming from the macro- and micro-environment



### Learning Outcomes:

1. Illustrate the importance, role and use of marketing, strategic marketing and marketing planning.
2. Demonstrate the marketing context in its conceptual dimension and the underlying marketing principles, philosophies and frameworks that nurture marketing thought and approaches; and associate these with practitioners' application in various situations and markets.
3. Analyse and practically apply the leading theories and models in strategic marketing and to realize the external and internal forces that impact upon the choices involved in strategic marketing with regard to the development, production and distribution of goods and services.
4. Realize the factors that drive and influence the development of market structures, the comparative differences across various contexts, and the importance of relationships in the creation of customer value.
5. Discuss the importance of marketing research and how it is used to analyse markets, customers and stakeholders, and evaluate and interpret information and data towards evidence-based strategic decision-making.
6. Explain the knowledge and cultivate the skills and competencies required towards strategic marketing planning; the tools and processes being presented both as a theoretical basis and in their practical application framework.
7. Demonstrate the key theoretical marketing concepts covered in class and develop a strategic marketing plan. Practically integrating theory with practice (company and industry) in a strictly scientific planning approach.

### Course Contents:

1. **Introduction to the theory of Marketing**
2. **Global Marketing theory**
3. **Adaptation and Standardisation in global markets**
4. **The AdaptStand Theory in global markets**
5. **Consumer behaviour**
6. **Marketing research (Primary, Secondary, Qualitative, Quantitative)**
7. **Marketing planning process**
8. **Situation analysis (internal and external environment)**
9. **SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threads) analysis**
10. **Objectives**
11. **Strategy and strategic models (Boston Consulting Group Matrix, Ansoff, Segmentation, Targeting, Positioning, Push and Pull Strategy, Effectiveness and Efficiency, Generic Strategies etc)**
12. **Tactics / Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion)**
13. **Services marketing and the service mix (People, Physical Evidence and Process Management)**
14. **Implementation of the plan**
15. **Controlling and evaluating the plan**

### Teaching Methods:

Power point and articulate presentations, tutorials, case studies, exercises, forums, and chats.

**Assessment Methods:**

Exercises (2)	20%
Assignment (1)	20%
Final Exam	60%

The course includes nine (9) hours of tutorials. Your course lecturer will be delivering the specific tutorials which will be announced in due course throughout the semester. Participation in these tutorials is recommended as they will assist you in successfully completing your course.

Three tutorials of three (3) hours each will be delivered throughout the semester. The specific tutorials will be delivered in the form of face-to-face sessions which will simultaneously be delivered live through Web-Ex (a web conferencing system where allows students' participation). The specific live sessions will be recorded. The recordings will be also available for reviewing throughout the semester.

**Required Textbook:**

**Strategic Marketing**, e-book created online by using several marketing and strategic marketing books published by Mc-Raw Hill.

**Recommended Textbooks:**

Authors	Title	Publisher	Year	ISBN
Vignali, C., Vranesevic, T. and Vrontis, D.	Strategic Marketing and Retail Thought	Accent	2008	978-953-99762-6-0
Vranesevic, T., Vignali, C. and Vrontis, D.	Marketing and Retailing Strategy	Accent	2006	953-99762-3-5

**Course Requirements and Regulations:**

- **No late coursework will be accepted unless there is a serious reason. Documented evidence is required to support such cases.**

- **Cheating and plagiarism** under any circumstances is a serious offence which leads to severe punishment. In such cases, disciplinary action will be taken and you may receive a zero grade on your work/test/exam and/or fail the course.
- Though the lectures do cover the whole spectrum of the material on which the students will be examined on, the degree of detail to which they will be presented in the lecture notes is not always enough for the coursework and examination purposes. Students are required to read related textbooks and/or other sources and to **study the material during their own time**.

### Marking Criteria and Grading Policy:

At all levels, five areas of assessment objective can be recognised:

1. Knowledge of the topic and ability to practically apply it
2. Analysis of issues and an awareness of different viewpoints
3. Evaluation of competing explanations or theories applied to a problem
4. Ability to identify relevant sources of evidence, both empirical and theoretical, and to use these to produce an informative referencing system
5. Skill in the presentation of an answer with accuracy, clarity and coherence. With these objectives in mind, the following model marking scheme should apply:

<i>Letter Grade</i>	<i>Meaning</i>	<i>Numerical Grade</i>	<i>Grade Points</i>
<b>A</b>	Excellent	93-100	4.0
<b>A-</b>		90-92	3.7
<b>B+</b>	Very Good	87-89	3.3
<b>B</b>		83-86	3.0
<b>B-</b>		80-82	2.7
<b>C+</b>	Good	77-79	2.3
<b>C</b>		73-76	2.0
<b>C-</b>		70-72	1.7
<b>D+</b>	Poor but Acceptable	67-69	1.3
<b>D</b>		63-66	1.0
<b>D-</b>		60-62	0.7
<b>F</b>	Failure	0-59	0.0

**Schedule of Lectures and Assessment:**

<b>Week</b>	<b>Topic</b>	<b>Book Chapter</b>	<b>Assessed exercise/s and assignment/s</b>
<b>1</b>	Introduction to the Theory of Marketing	1	Assignment 1
<b>2</b>	International Marketing - Tutorial: Face- to-face session also available live through WebEx (video conferencing facility)	2	Exercise 1
<b>3</b>	Consumer Behaviour	3, 4	
<b>4</b>	Marketing Research	5	
<b>5</b>	Marketing Planning	6	
<b>6</b>	Situation Analysis SWOT Analysis	7, 8	Exercise 2 Deadline for exercise 1
<b>7</b>	Catch up week - Tutorial: Face-to-face session also available live through WebEx (video conferencing facility)		
<b>8</b>	Objectives	7, 8	
<b>9</b>	Strategy - strategic models	7, 8, 9,10	
<b>10</b>	Tactics (Product, Price, Place)	11, 12,13	Deadline for exercise 2
<b>11</b>	Tactics (Promotion)	14, 15, 16	
<b>12</b>	Tactics (People, Physical Evidence and Process Management)	17	
<b>13</b>	Action and Control - Tutorial: Face-to-face session also available live through WebEx (video conferencing facility)	7, 8	Deadline for assignment

# Παράρτημα 3

## Sample Course Assessment Guide



**UNIVERSITY OF NICOSIA**  
**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ**

### MBA 667 – Strategic Marketing Course Assessment

Course assessment has as follows:

- Assignment - 20%
- 2 exercises - 20% (10% each)
- Final Exam – 60%

#### **ASSIGNMENT (20% of the total mark)**

By **strictly** using the theory and models covered in this course (*only what is covered in this course will be accepted. Any other theories will not be accepted/assessed*), you are required to prepare a Marketing Plan, for a company or brand of your choice.

By using this company or brand, you are required to undertake market research and develop a marketing plan. The company's behaviour and performance should be evaluated and corrective action suggested.

In developing the Marketing Plan, you need to:

Determine the stages of **market research** that are necessary, to enable you gather the information necessary, and allow the development of the marketing plan. Critically evaluate your criteria for selection. Information collected will then allow you to:

**Analyse the marketing situational environment** (internal and external audit) for the

chosen brand in Cyprus. This should also encompass applying relevant theory and models on marketing. In undertaking this, you are expected to use varied secondary and primary sources to build an understanding of the marketing environment in different environments and cultures. Develop a SWOT analysis for this specific market.

This marketing analysis should ensure that you have an in-depth understanding of the marketing environment facing the chosen product in given market. You also have to ensure that the analysis undertaken allows the development of a marketing plan that aims to optimise the product's outlook.

Then, you are expected to continue developing a coherent and consistent marketing plan by designing effective and efficient **objectives** (marketing and marketing communication), **strategies** (utilise the strategic models covered in class such as Market Entry Methods, Branding, BCG, Generic, Ansoff, STP etc.) **and tactics** (Four P's or Seven P's). These should only be designed after the situation environment (internally and externally) has been investigated and considered fully.

**Implementing/Action and Controlling** the whole plan should not be ignored. Therefore, students should illustrate an understanding and consideration on these matters. Students, here, are not asked to implement and control the plan, but briefly explain how the selected marketing company can do so effectively. Control should also include an Action Plan, Budget and possibly a Media Plan.

The report should present, discuss the significance, and justify why the research, analysis and development of the marketing plan is appropriate. Following the situation analysis, the resultant objectives, tactics (marketing mix elements) and strategic models must also be explained and justified.

In general, students should be in a position to illustrate an understanding of the theory covered in this module and be in a position to apply it in practice.

### **Assignment Rules and Guidelines**

**The assignment is expected to include both primary and secondary data collection.** In some cases though (and after permission from the lecturer), it may be based completely on secondary data, assuming that to compensate, the quality and quantity of these is proportionately increased. All primary research methods (e.g. questionnaire, interview questions, focus group questions and their transcribes etc.) should be provided as evidence in appendices.

The report should **clearly justify all decisions and choices within the plan.** In other words it must be made clear why the specific research methodology was chosen, why the choice of the specific objectives was made, why the marketing mix was designed as it was etc.

The assignment will be submitted in the form of a bound report of **4500 (+ or – 10%)** words (**excluding** appendices, diagrams and references). Shorter and longer reports will be penalised. The hard-copy report should be accompanied by an electronic-form copy, which will allow lecturers to perform internet checks for plagiarism.

The paper will have to cover both the relevant **theoretical** concepts but also demonstrate the students' ability to apply these concepts in **practice**. Students should tackle the report in an **analytical** rather than **descriptive** way.

Given the rapidly changing nature of the field of marketing, it is important that students use current books, journals, newspapers, search in electronic databases and information from radio and television. Extensive research should be undertaken and evidence in projects highlighted.

Students are also welcomed to perform an internet search and to find plans related to their choice but are warned that if they make use of such plans without proper referencing and/or to a degree that constitutes plagiarism, they will automatically fail the project. *Students are advised to consult with their course lecturer if they are uncertain about issues relating to referencing, plagiarism etc.* Furthermore, if the lecturer has any doubt that any student has resorted to plagiarism or that the work submitted is not his/her own, appropriate measures will be taken including the requirement for the student to submit a hard copy of the sources he/she has used. If the doubts of the lecturer prove to be well-founded, the student automatically fails the project.

As a guide, the **marketing plan** can have the following **structure** and **main headings**.

Additional subheadings may be included.

Front cover page	-
Table of contents	-
List of figures	-
List of tables	-
Introduction	100 words
Marketing Research	400 words
General Marketing Planning Theory and Importance	200 words
Situation Analysis and SWOT	1400 words
Objectives	300 words
Strategy	750 words

Tactics	850 words
Action/Implementation (including budgets) and Control	400 words
Conclusion	100 words
References	-
Appendices	-

### **Guidelines for the assignment**

The plan must be typed with a spacing of 1.5 and font size 12. It should be written in a **report style** (not essay form) and they should be word-processed. The report must be bound with a spiral or other effective manner, and should have a cover page including title, name, course & section, deadline, students' name, tutor's name etc. A table of contents should follow this. A good presentation is important and special attention should be paid to diagrams, charts, tables etc. Students must nevertheless avoid excessive use of colours and "ornamental" designs.

### **Language**

The report must use proper scientific style and expression. Furthermore, proper use of the English language (quality, spelling, grammar, syntax etc) is important. In case students are not confident with their level of English, they are allowed to give their work to someone else to proof-read it for them (only in relation to language).

### **References**

Referencing should follow the Harvard system and all secondary data used must be clearly and explicitly referred to, with proper and complete citations. Students are hereby presented with a common and academically acceptable style of referencing, which they are expected to use:

**References** should be complete and in Harvard style. They should contain full bibliographical details and journal titles should not be abbreviated. For multiple citations in the same year use a, b, c immediately following the year of publication. References should be shown within the text by giving the author's last name followed by a comma and year of publication all in round brackets, e.g. (Fox, 1994). At the end of the article there should be a reference list in alphabetical order as follows



(a) for books: surname, initials and year of publication, title, publisher, place of publication, e.g. Casson, M. (2005), *Alternatives to the Multinational Enterprise*, Macmillan, London.

(b) for chapter in edited book: surname, initials and year, "title", editor's surname, initials, title, publisher, place, pages, e.g. Bessley, M. and Wilson, P. (2004), "Public policy and small firms in Britain", in Levicki, C. (Ed.), *Small Business Theory and Policy*, Croom Helm, London, pp.111-26. Please note that the chapter title must be in Italics.

(c) for articles: surname, initials, year "title", journal, volume, number, pages, e.g. Fox,

S. (2003) "Empowerment as a catalyst for change: an example from the food industry", *Supply Chain Management*, Vol 2 No 3, pp. 29-33

If there is more than one author list surnames followed by initials. All authors should be shown.

Electronic sources should include the URL of the electronic site at which they may be found, as follows: Neuman, B.C.(2005), "Security, payment, and privacy for network commerce", *IEEE Journal on Selected Areas in Communications*, Vol. 13 No.8, October, pp.1523-31. Available (IEEE SEPTEMBER) <http://www.research.att.com/jsac/>

## **EXERCISES (20% of the total mark)**

### **Exercise 1**

**Assigned at Week 2**

**Submission deadline: Friday of week 6**

**Weight: 10% (of the total mark)**

You are required to read the articles and case studies (these can be downloaded from Moodle) and write a 2000-2500 words report as follows:

***Exercise task: In relation to adaptation and standardisation, you are expected to examine and identify the international marketing practices/behaviour of a brand and critically evaluate their success/failure points. Discuss this with the use of specific examples.***

*Articles and Case Studies:*

1. Vrontis, D. (2003), "Integrating Adaptation and Standardisation in International Marketing, The AdaptStand Modelling Process", *Journal of Marketing Management*, Vol.19, No. 3-4, pp. 283-305 (ISSN: 0267-257X-Westburn Publishers).
2. **Soufani, K., Vrontis, D. and Poutziouris, P (2006), "Private Equity for Small Firms: A Conceptual Model of Adaptation versus Standardization Strategy", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 3, Nos. 3 and 4, pp. 498-515, (ISSN: 1476-1297- Inderscience).**
3. Vrontis, D. and Kitchen, P. (2005), "Entry Methods and International Marketing Decision Making: An Empirical Investigation", *International Journal of Business Studies*, Vol. 13, Number 1, June, pp. 87-110, (ISSN: 1320-7156-Edith Cowan University).
4. Vrontis, D., Thrassou, A. and Lamprianou, I. (2009), "International Marketing Adaptation versus Standardisation of Multinational Companies", *International Marketing Review*, Vol. 26, Nos. 4 and 5, pp. 477-500 (ISSN: 0265-1335- Emerald).
5. Vrontis, D. and Vronti, P. (2005), "Levi's Adaptable Standards, Knowing Where and When one Size Fits All", *Strategic Direction: Marketing*, June, Volume 21 No. 6, pp. 14-15 (ISSN: 0258 0543-Emerald).
6. Vrontis, D. and Sharp, I. (2003), "The Strategic Positioning of Coca-Cola in their Global Marketing Operation", *Marketing Review*, Vol. 3, No. 3, Summer, pp. 289-309, (ISSN: 1469-347X-Westburn Publishers).

**Exercise 2**

**Assigned at Week 6**

**Submission deadline: Friday of week 10**

**Weight: 10% (of the total mark)**

***Exercise task: You are required to read the above articles/case studies/interview in topics 5 and 6 and prepare a 1000-1500 words SWOT analysis as follows:***

*By reading the information provided, you are required to prepare a SWOT analysis for the Cyprus wine industry (in bullet point form).*

*Articles and Case Studies:*

1. Vrontis, D. and Pappasolomou, I. (2007), "Brand and Product Building: the Case of the Cyprus Wine Industry", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 16, Nos 2 and 3, pp.159-167 (ISSN: 1061-0421-Emerald).
2. Vrontis, D. and Paliwoda, S. (2008), "Branding and the Cyprus Wine Industry", *Journal of Brand Management*, Vol. 16, No. 3, pp. 145-159 (ISSN: 1350-231X - Palgrave Macmillan).
3. Vrontis, D. and Thrassou, A. (2011) "The Renaissance of Commandaria- A Strategic Branding Prescriptive Analysis", *Journal for Global Business Advancement*, Vol. 4, No. 4, pp. 302-316 (ISSN: 1746-966X-Inderscience).
4. Vrontis, D. (28<sup>th</sup> Aug.–3<sup>rd</sup> Sept. 2009), "Differentiation of Cypriot wine as a Tool in Achieving Competitive Advantage", *Cyprus Weekly*, p. 96.
5. **Interview at *Four Seasons Hotel Magazine*, (Winter 2011/2012), "Commandaria: Pride of Cyprus", pp. 82-85.**

### **FINAL EXAM (60% of the total mark)**

The final exam is 60% of the whole mark. The exam is comprehensive. Details about the exam format, techniques and guidelines will be provide on Moodle nearer the time.



# **Παράρτημα 4**

## **Sample Course – Εμφάνιση στην Πλατφόρμα**

Home > MBAN667DE-01-f-2016

TELECONFERENCE NOTICEBOARD



The next live online video conferencing session(s) will take place on:

Date: 01/12/2016

Time: 15:00

Join live session Click here to join

Meeting Number \* : 843832122

\* Meeting numbers are unique for every session.

Meeting Password: MBAN667

Recorded Sessions

13/10/2016

10/11/2016

NAVIGATION

- Home
- Dashboard
- Site pages
- Current course
  - MBAN667DE-01-f-2016
    - Participants
    - 26 September - 2 October
    - 3 October - 9 October
    - 10 October - 16 October
    - 17 October - 23 October
    - 24 October - 30 October
    - 31 October - 6 November
    - 7 November - 13 November
    - 14 November - 20 November
    - 21 November - 27 November
    - 28 November - 4 December
    - 5 December - 11 December
    - 12 December - 18 December
    - 19 December - 25 December
    - 26 December - 1 January
    - 2 January - 8 January
    - 9 January - 15 January
    - 16 January - 22 January
  - My courses

## MBAN-667DE (Section 01) Strategic Marketing

General Course Information Your progress

- Course Introduction Video
- Course Outline
- Course assessment guide
- Forum: General Questions and Comments
- Harvard Referencing 1
- Harvard Referencing 2
- Harvard Referencing 3 (in Greek)
- Check your work - upload here

**You are advised to check your work for plagiarism by using Turnitin before you formally submit it for assessment.**

- UNic Library Resources
- Library orientation - how to use the library resources
- Please click HERE to FOLLOW me in Academia and receive updates of papers necessary for your course
- Please click HERE to FOLLOW me in RG and receive updates of papers necessary for your course

26 September - 2 October

**Week 1**

- Scope, Learning Objectives and Outcomes
- Keywords
- References
- Video

**Materials**

- Week 1 - Principles of Marketing (Prof. Vrontis lecture)
- Week 1 - Principles of Marketing
- Questions and Answers for this week's topics

**Activities**

- Quiz: Principles of Marketing
- Forum Discussion - Marketing
- Video: Philip Kotler (presentation)

**Assessments**

- Exercise 1 - Adaptation vrs Standardisation (15%)
- Additional readings for exercise 1

3 October - 9 October

**Week 2**

- Scope, Learning Objectives and Outcomes
- Keywords
- References
- Week 2 - Video

**Materials**

- Week 2 - International marketing
- Week 2 - International Marketing
- Additional Material - International Marketing Planning
- Questions and Answers for this week's topics

ACADEMIC ADVISORS

TECHNICAL SUPPORT

LIBRARY SERVICES SUPPORT

UPLOADING ASSIGNMENTS

CALENDAR

November 2016




Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

**EVENTS KEY**

- Hide global events
- Hide course events
- Hide group events
- Hide user events

10 October - 16 October

### Week 3

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 3 - Video


#### Materials

-  Week 3-Consumer Behaviour
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities




-  Week 3 Additional Reading
-  TV commercials: Consumer Behaviour

#### WebEx Session



-  WebEx meeting 1   
Date: 13.10.2016  
Time: 3:00pm

17 October - 23 October




### Week 4

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 4 - Video


#### Materials

-  Week 4 - Marketing Research
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities





-  Video: Captain Morgan - Market Research and Customer Insights
-  TV commercials: Marketing Research
-  Self Assessment

#### Assessments




-  Course Assignment (35%)

24 October - 30 October



### Week 5

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 5 - Video

#### Materials





-  Week 5 - Marketing Planning
-  Additional Material - International Marketing Planning
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities



-  Forum Discussion - Marketing Planning
-  TV commercials: Marketing Planning

31 October - 6 November





## Week 6

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 6 - Video

### Materials

-  Week 6 - Situation Analysis
-  Questions and Answers for this week's topics

### Activities

-  Video: Michael Porter (interview)
-  Video: Philip Kotler (interview)
-  TV commercial: Coca Cola vrs Pepsi
-  TV commercials: Situation Analysis


### Assessments

 **Exercise**  
Your submission is now due, click below to submit.


-  Check your work - upload here
- You can check your response for Adaptation vrs Standardisation here for plagiarism with Turnitin before you formally submit it.
-  Submit formally your exercise here

7 November - 13 November

## Week 7 - Catch up week





-  Discussion Forum

### WebEx Session



-  WebEx meeting 2   
Date: 10.11.2016  
Time: 3:00pm

14 November - 20 November

## Week 8

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 8 - Video





### Materials

-  Week 8 - Objectives
-  Questions and Answers for this week's topics
-  Self Assessment





21 November - 27 November

### Week 9

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 9 -Video

#### Materials





-  Week 9 - Strategy
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities



-  Quiz: Marketing Planning
-  Video: Re-branding / repositioning Greece
-  Video: BMW - Segmentation, Targeting and Positioning
-  TV commercials: Segmentation, Targeting and Positioning
-  TV commercials: Differentiation and Target Marketing

28 November - 4 December



### Week 10

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 10 - Video


#### Materials

-  Week 10 - Product Price and Place
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities





-  TV commercials: Pricing
-  TV commercials: Place/Distribution

#### WebEx Session

-  WebEx meeting 3   
Date: 01.12.2016  
Time: 3:00pm

5 December - 11 December

### Week 11

-  Scope, Learning Objectives and Outcomes
-  Keywords
-  References
-  Week 11 - Video

#### Materials

-  Week 11- Promotion
-  Week 11 - Mobile Marketing (Presentation)
-  Week 11 - Mobile Marketing
-  Questions and Answers for this week's topics

#### Activities

-  Video: Captain Morgan - Integrated Marketing Communications and Social Media
-  Video: Hungry House - Marketing Communications
-  TV Commercials: Promotion - Mass Communication Techniques
-  TV commercials: Promotion - Direct Communication Techniques and Digital
-  TV commercials: Advertising and message

# Παράρτημα 5

## Student Questionnaire

Question Number	Question Code	English	Greek	Question Type (Lecturer/ Course)	Comments
1	A1	Does he/she follow the course outline?	Ακολουθεί το διάγραμμα του μαθήματος;	L	
2	A2	Does he/she present material in a well organized fashion?	Παρουσιάζει την ύλη του καλά οργανωμένη;	L	
3	A3	Does he/she use enough examples or illustrations to clarify material?	Χρησιμοποιεί αρκετά παραδείγματα για να παρουσιάσει με σαφήνεια την ύλη;	L	
4	A4	Is he/she helpful when students have difficulties?	Είναι βοηθητικός όταν οι φοιτητές έχουν δυσκολίες;	L	
5	A5	Is he/she enthusiastic about the subject taught?	Διδάσκει το θέμα του με ενθουσιασμό;	L	
6	A6	Does he/she make students feel free to participate?	Ενθαρρύνει την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών στο μάθημα;	L	
7	A7	Does he/she stimulate thinking and interest in the subject?	Διεγείρει τη σκέψη και το ενδιαφέρον των φοιτητών για το θέμα;	L	

Question Number	Question Code	English	Greek	Question Type (Lecturer/ Course)	Comments
8	A8	Does he/she give students feedback (comments and advice) on their work?	Πληροφορεί τους φοιτητές με σχόλια και συμβουλές για την όλη εργασία τους;	L	
9	A9	Does he/she treat all students equally?	Συμπεριφέρεται με δίκαιο τρόπο σ'όλους τους φοιτητές;	L	
10	A10	Does he/she speak clearly?	Μιλά καθαρά;	L	Not shown for e-Learning/Dist.Learning students
11	A11	Does he/she begin class on time?	Αρχίζει το μάθημα στην ώρα του;	L	Not shown for e-Learning/Dist.Learning students
12	A12	Does he/she explain the material clearly?	Επεξηγεί την ύλη καθαρά;	L	
13	A13	Does he/she seem to know his/her subject?	Φαίνεται να κατέχει το θέμα του;	L	
14	A14	Does he/she manage the classroom well?	Ελέγχει κανονικά την τάξη;	L	Not shown for e-Learning/Dist.Learning students
15	A15	Does he/she set convenient hours?	Ορίζει βολικές ώρες γραφείου; (για καθηγητές πλήρους απασχόλησης);	L	Not shown for e-Learning/Dist.Learning students

Question Number	Question Code	English	Greek	Question Type (Lecturer/ Course)	Comments
16	A16	Does he/she give fair/just grades?	Βαθμολογεί δίκαια;	L	
17	A17	Considering everything, how would you rate this lecturer?	Λαμβάνοντας υπόψη τα πιο πάνω, πως θα βαθμολογούσες τον καθηγητή;	L	
18	B1	Are the objectives of the course clear?	Είναι ξεκάθαροι οι στόχοι του μαθήματος;	C	
19	B2	Is the amount of work required appropriate for the credit received?	Είναι η εργασία που απαιτείται ανάλογη των διδακτικών μονάδων;	C	
20	B3	Is the level of difficulty of the assigned reading appropriate?	Είναι το επίπεδο της κατ' οίκον εργασίας κατάλληλο;	C	
21	B4	Are the tests representative of the material?	Είναι τα διαγωνίσματα αντιπροσωπευτικά της ύλης;	C	
22	B5	Was/were the book(s) interesting and helpful in understanding the course?	Είναι τα διδακτικά βιβλία ενδιαφέροντα και κατανοητά;	C	
23	B6	Did you find the course interesting?	Βρήκες το μάθημα ενδιαφέρον;	C	

Question Number	Question Code	English	Greek	Question Type (Lecturer/ Course)	Comments
24	B7	Considering all of the above qualities, which are applicable, how would you rate this course?	Λαμβάνοντας υπόψη τα πιο πάνω, πως θα βαθμολογούσες το μάθημα;	C	