



**Απάντηση του Ιδρύματος προς το Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της
Ποιότητας της Ανώτερης Εκπαίδευσης για την Έκθεση της Εξωτερικής
Αξιολόγησης του προγράμματος σπουδών**

**«Marketing & Public Relations» (2 years / 120 ECTS), Diploma, plus an optional
foundation year.**

13 Ιουλίου 2017

Ctl Eurocollege,
Λεωφ. Σπύρου Κυπριανού 118,
Λεμεσός 3077, Κύπρος
Τηλέφωνο: 25736501
Τηλεομοιότυπο: 25736629
www.ctleuro.ac.cy

Η διοίκηση του Ctl Eurocollege εκφράζει τις ευχαριστίες της στο Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας της Ανώτερης Εκπαίδευσης (ΔΙ.Π.Α.Ε) καθώς επίσης και στην Επιτροπή Εξωτερικής Αξιολόγησης για τα θετικά και εποικοδομητικά σχόλιά της στην Έκθεση Εξωτερικής Αξιολόγησης που αποσκοπούν στη βελτίωση του προγράμματος σπουδών «**Marketing & Public Relations**» (2 years/120 ECTS Diploma). Η Επιτροπή Εσωτερικής Ποιότητας του Ιδρύματος, λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη τα σχόλια και τις εισηγήσεις που υπάρχουν στην Έκθεση Εξωτερικής Αξιολόγησης, παραθέτει στη συνέχεια τις ενέργειες και τα μέτρα που έχει λάβει.

1. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ – ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΙ ΠΟΡΟΙ

Οργάνωση διδακτικού έργου

Σχόλιο της Επιτροπής:

A. Σε γενικές γραμμές η οργάνωση του διδακτικού έργου για το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι ικανοποιητική. Ωστόσο, η επιτροπή αξιολόγησης θα συνιστούσε την περαιτέρω ενίσχυση της βιβλιοθήκης με έντυπο υλικό. Σημειώνεται όμως ότι οι φοιτητές έχουν πρόσβαση σε εκπαιδευτικό υλικό μέσω ηλεκτρονικής βάσης δεδομένων.

B. Επιπλέον, σημειώνεται ότι ο προσδοκώμενος αριθμός Κυπρίων και ξένων φοιτητών είναι 15 ανά έτος και η πλειονότητα τους αναμένεται να προέρχεται από το εξωτερικό. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ακαδημαϊκού προσωπικού, ο μεγαλύτερος αριθμός φοιτητών αναμένεται από χώρες της Ασίας.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

A. Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και αναφέρουμε ότι γίνεται συνεχής ενίσχυση και εμπλουτισμός της βιβλιοθήκης με έντυπο υλικό μέσω της διαδικασίας αναβάθμισης και αξιολόγησης όλων των κλάδων. Αναφέρουμε ότι όλα τα βιβλία που αναγράφονται ως “Required bibliography” και “Recommended further bibliography” στα αναλυτικά προγράμματα των μαθημάτων υπάρχουν σε τρία αντίτυπα στη βιβλιοθήκη, ένα στην κατηγορία “Short loans” και δύο στην κατηγορία “Main collection”. Επίσης, αναφέρουμε ότι η βιβλιοθήκη διαθέτει εννιακόσιους είκοσι έξι (926) τίτλους βιβλίων για το συγκεκριμένο κλάδο σπουδών σε έντυπη μορφή και πάνω από τέσσερις χιλιάδες (4000) ηλεκτρονικά βιβλία μέσα από τις βάσεις δεδομένων της EBSCO.

Λαμβάνοντας επίσης υπόψη το σχόλιο της επιτροπής για την αντικατάσταση δύο μαθημάτων με δύο άλλα καινούρια μαθήματα, σας πληροφορούμε ότι έχουμε ήδη προβεί στην παραγγελία των βιβλίων που αναγράφονται στα αναλυτικά προγράμματα των δύο καινούριων μαθημάτων και τα οποία επισυνάπτονται στο Παράρτημα 2 «Αναλυτικά προγράμματα». Επίσης έχουμε προβεί σε παραγγελίες βιβλίων για περαιτέρω εμπλουτισμό της συλλογής της βιβλιοθήκης με σκοπό την αναβάθμιση και άλλων προγραμμάτων σπουδών. Όλες οι παραγγελίες βιβλίων έχουν παραληφθεί και τα βιβλία ήδη βρίσκονται στη βιβλιοθήκη του Ιδρύματος. Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 4 «Παραγγελίες βιβλίων».

B. Λαμβάνοντας υπόψη το σχόλιο της Επιτροπής αναφέρουμε ότι το Ίδρυμα προσφέρει ίσες ευκαιρίες εισδοχής τόσο σε ντόπιους φοιτητές όσο και σε φοιτητές προερχόμενους από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και από τρίτες χώρες όπως Ασία, Αφρική και Μέση Ανατολή εφόσον τηρούν τα κριτήρια εισδοχής.

Επισημαίνεται ότι η Αξιολόγηση – Πιστοποίηση του συγκεκριμένου προγράμματος σπουδών από το Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας της Ανώτερης Εκπαίδευσης αποτελεί βασικό παράγοντα προσέλκυσης ντόπιων φοιτητών, αφού θα παρέχεται στους φοιτητές η δυνατότητα να αιτηθούν κρατικής χορηγίας.

Ως εκ τούτου αναφέρουμε ότι θα ενισχυθεί η στοχευμένη στρατηγική μάρκετινγκ που ακολουθείται προς τη ντόπια αγορά για προσέλκυση ντόπιων φοιτητών η οποία περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

1. Επισκέψεις στα σχολεία μέσης εκπαίδευσης και συναντήσεις με τους καθηγητές Συμβουλευτικής και Επαγγελματικής Αγωγής.
2. Οργάνωση επισκέψεων στις εγκαταστάσεις του Ιδρύματος από μαθητές με τη συνεργασία των καθηγητών Συμβουλευτικής και Επαγγελματικής Αγωγής (Open days).
3. Προσφορά Υποτροφιών στα σχολεία μέσης εκπαίδευσης και σε άλλα οργανωμένα σύνολα, όπως τον Οργανισμό Νεολαίας, ποδοσφαιρικές ακαδημίες νέων, κ.α.
4. Προσφορά Υποτροφιών σε πολύτεκνες και άπορες οικογένειες ως μέτρο κοινωνικής στήριξης και προσφοράς του Ιδρύματος.
5. Συμμετοχή σε φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και προσφορά εθελοντικής εργασίας στην κοινωνία.
6. Οικονομική ενίσχυση αθλητών που αντιπροσωπεύουν την Κύπρο στο εξωτερικό.
7. Οικονομική ενίσχυση ψυχαγωγικών ή / και άλλων εκδηλώσεων.
8. Διαφήμιση σε τοπικούς ή / και παγκύπριους ραδιοσταθμούς.
9. Συμμετοχή σε εκπαιδευτικές εκθέσεις.
10. Ηλεκτρονική διαφήμιση.

Διδακτικό προσωπικό

Σχόλιο της Επιτροπής:

Η πλειοψηφία του διδακτικού προσωπικού διαθέτει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών. Ένα μέλος του διδακτικού προσωπικού διαθέτει διδακτορικό δίπλωμα.

Επτά (7) από τα δεκατρία (13) μέλη του διδακτικού προσωπικού του προγράμματος εργάζονται σε καθεστώς πλήρους απασχόλησης.

Η ερευνητική δραστηριότητα του προσωπικού είναι περιορισμένη, ιδιαίτερα δε σε ότι αφορά στα δημοσιεύματα σε περιοδικά και συνέδρια με διαδικασία ανώνυμης κρίσης. Ωστόσο πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το συγκεκριμένο πρόγραμμα σπουδών είναι επιπέδου “diploma” και με σαφή επαγγελματικό προσανατολισμό.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

Παρόλο που το συγκεκριμένο πρόγραμμα σπουδών είναι επιπέδου “diploma” και με σαφή επαγγελματικό προσανατολισμό όπως επεσήμανε και η Επιτροπή Εξωτερικής Αξιολόγησης, εντούτοις το Ίδρυμα αναγνωρίζοντας τη σημασία της έρευνας και της συμμετοχής των φοιτητών/τριών, του ακαδημαϊκού, του εκπαιδευτικού και του διοικητικού προσωπικού σε ερευνητικές δραστηριότητες είχε ήδη προβεί στην ίδρυση της Επιτροπής Έρευνας και Ανάπτυξης και του Γραφείου Ερευνών καθώς επίσης και στο διορισμό επικεφαλής του τμήματος με σκοπό την ανάπτυξη της ερευνητικής δραστηριότητας του προσωπικού και του Ιδρύματος γενικότερα.

Ακολουθείται συνεχής πολιτική αναβάθμισης στον τομέα της έρευνας όπως φαίνεται πιο κάτω:

- Μείωση των ωρών διδασκαλίας (3-6) σε Ακαδημαϊκό προσωπικό που συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα ή διεκπεραιώνει Διδακτορικό.
- Ενθάρρυνση για συμμετοχή του Ακαδημαϊκού προσωπικού σε σεμινάρια, εργαστήρια ή επαγγελματικές συναντήσεις στο εσωτερικό ή / και στο εξωτερικό με την οικονομική στήριξη του Ιδρύματος.
- Αύξηση ετήσιου προϋπολογισμού για την ενθάρρυνση και την οικονομική υποστήριξη του Ακαδημαϊκού προσωπικού ώστε να συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα.
- Παροχή άδειας σε ακαδημαϊκό προσωπικό που επιθυμεί να συνεχίσει τις σπουδές του σε ανώτερο επίπεδο.

Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 3 «Επιτροπή Έρευνας και Ανάπτυξης και Γραφείο Έρευνών» όπου αναγράφονται οι αρμοδιότητές τους.

Σημειώστε ότι ο Δρ. Δημήτρης Κυριάκου, μέλος του διδακτικού προσωπικού του Κολλεγίου έχει ήδη ετοιμάσει και υποβάλει 2ετή πρόταση ύψους 159,500 ευρώ στο πρόγραμμα RESTART 2016-2020 του Ιδρύματος Προώθησης Έρευνας που επικεντρώνεται στη βελτίωση της μαθησιακής εμπειρίας της ανώτερης εκπαίδευσης χρησιμοποιώντας την τεχνολογία και τεχνικές εξατομίκευσης και μοντελοποίησης χρηστών. Η πρόταση έχει υποβληθεί με τον Δρ. Κυριάκου ως κύριο ερευνητή και ως συνεργάτες το Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, το ΤΕΠΑΚ και το Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Τα αποτελέσματα αναμένονται μέχρι το Σεπτέμβριο του 2017. Ο Δρ. Κυριάκου προτίθεται να συμπεριλάβει στην ερευνητική του ομάδα φοιτητές από το Ctl Eurocollege.

Επιπλέον ο Δρ. Κυριάκου συμμετέχει στο πρόγραμμα JOBIT, το οποίο στοχεύει σε καινοτόμες μεθόδους διδασκαλίας και εκπαιδευτικό λογισμικό για την Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση ώστε να μειωθεί το χάσμα δεξιοτήτων στον τομέα της πληροφορικής.

Επίσης αναφέρουμε τη δημοσίευση της Dr. Elena Malkawi μέλος του ακαδημαϊκού προσωπικού στην εφημερίδα Cyprus Weekly, Feb 8-14, 2013 p.21 με τίτλο “What is in your basket?”

2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΚΑΙ ΤΙΤΛΟΙ ΣΠΟΥΔΩΝ

Δομή και Περιεχόμενο του Προγράμματος Σπουδών

Σχόλιο της Επιτροπής:

Η Δομή και το Περιεχόμενο του Προγράμματος Σπουδών κρίνονται ικανοποιητικά, ωστόσο υπάρχει χώρος για σημαντικές βελτιώσεις. Ειδικότερα:

A. Το μάθημα “MKT 311: Services Marketing” προτείνεται να αντικατασταθεί από νέο μάθημα με τίτλο “Marketing Management”. Το προτεινόμενο μάθημα θα συμπληρώνει τις

αναγκαίες γνώσεις των σπουδαστών στο αντικείμενο του μάρκετινγκ. Το μάθημα “MKT 121 Fundamentals of Marketing” είναι εισαγωγικού χαρακτήρα και δεν αρκεί για να δώσει το αναγκαίο γνωστικό και θεωρητικό υπόβαθρο στους σπουδαστές του προγράμματος. Επομένως κρίνεται αναγκαία η προσθήκη ενός ακόμα βασικού μαθήματος μάρκετινγκ που θα επεκτείνει τις γνώσεις των σπουδαστών στο βασικό γνωστικό αντικείμενο του προγράμματος. Η επιτροπή προτείνει να αντικατασταθεί το μάθημα “MKT 311: Services Marketing” για να γίνει χώρος στο πρόγραμμα για το νέο μάθημα με τίτλο “Marketing Management”, διότι το μάθημα “MKT 311: Services Marketing” είναι εξειδικευμένο και δεν είναι απαραίτητο ως υποχρεωτικό μάθημα κορμού.

B. Το μάθημα “MGT 223 Organisational Behaviour” προτείνεται να αντικατασταθεί από νέο μάθημα με τίτλο “Strategic Management” ή “Business Strategy”. Ο λόγος είναι ότι το μάθημα “MGT 223 Organisational Behaviour” είναι εξειδικευμένο και λιγότερο συναφές με το αντικείμενο του προγράμματος και τους μαθησιακούς στόχους του.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

A. Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα έχει προβεί στην αναθεώρηση της δομής του προγράμματος και την αντικατάσταση του μαθήματος “MKT 311: Services Marketing” με το μάθημα “MKT 226 Marketing Management”. Παρακαλώ δείτε το Παράρτημα 1 «Αναθεωρημένη Δομή προγράμματος» όπως επίσης και το Παράρτημα 2 «Αναλυτικά προγράμματα».

B. Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα έχει προβεί στην αναθεώρηση της δομής του προγράμματος και την αντικατάσταση του μαθήματος “MGT 223 Organisational Behaviour” με το μάθημα “MGT 214 Strategic Management”. Παρακαλώ δείτε το Παράρτημα 1 «Αναθεωρημένη Δομή προγράμματος» όπως επίσης και το Παράρτημα 2 «Αναλυτικά προγράμματα».

3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΟ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Συνέργεια Έρευνας Διδασκαλίας

Σχόλιο της Επιτροπής:

Παρόλο που το διδακτικό προσωπικό καταβάλλει προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση, η παρούσα ερευνητική δραστηριότητα είναι μάλλον περιορισμένη με συνεπακόλουθο τη μικρή συνέργεια με τη διδασκαλία. Σημειώνεται όμως ότι το πρόγραμμα είναι επιπέδου diploma, και ως εκ τούτου οι απαιτήσεις για ερευνητική δραστηριότητα είναι περιορισμένες σε σχέση με αντίστοιχα προγράμματα που οδηγούν σε υψηλότερο τίτλο σπουδών.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στις θετικές ενέργειες του ιδρύματος συμπεριλαμβάνεται και η δημιουργία γραφείου έρευνας (research office), με στόχο την υποστήριξη του διδακτικού προσωπικού προς αυτή την κατεύθυνση.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα διαβεβαιώνει ότι πρόκειται να αναπτύξει περισσότερο την ερευνητική του δραστηριότητα έτσι ώστε να διασφαλίζεται η συνεχής και επαρκής διαφώτιση της διδασκαλίας και της μάθησης από την έρευνα.

Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 3 «Επιτροπή Έρευνας και Ανάπτυξης και Γραφείο Ερευνών» όπου αναγράφονται οι αρμοδιότητές τους.

4. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΦΟΙΤΗΤΙΚΗΣ ΜΕΡΙΜΝΑΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ

Υποδομές / Υποστήριξη

Σχόλιο της Επιτροπής:

Οι υποδομές είναι ικανοποιητικές, αλλά υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης. Για παράδειγμα, ο χώρος της βιβλιοθήκης χρειάζεται βελτίωση, τόσο στις συνθήκες ανάγνωσης και μελέτης που προσφέρει στους φοιτητές, όσο και στον πλούτο των διαθέσιμων βιβλίων και συγγραμμάτων σε έντυπη μορφή.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα βελτίωσε τις συνθήκες ανάγνωσης και μελέτης που προσφέρει στους φοιτητές με τους εξής τρόπους:

- Αύξηση των διαθέσιμων βιβλίων και συγγραμμάτων του συγκεκριμένου κλάδου σπουδών σε έντυπη μορφή. Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 4 «Παραγγελίες βιβλίων».
- Αύξηση των διαθέσιμων βιβλίων και συγγραμμάτων όλων των κλάδων μέσω της διαδικασίας αναβάθμισης για την αξιολόγησή τους από το Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας της Ανώτερης Εκπαίδευσης. Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 4 «Παραγγελίες βιβλίων».
- Επέκταση του χώρου της βιβλιοθήκης με τη δημιουργία επιπρόσθετου χώρου για σκοπούς ανάγνωσης και μελέτης. Συγκεκριμένα, ο χώρος δίπλα από το Electronic Research Center, ο οποίος βρίσκεται στο μεσοπάτωμα της υφιστάμενης βιβλιοθήκης, μετατράπηκε σε χώρο ανάγνωσης και μελέτης. Ο χώρος της βιβλιοθήκης έχει αυξηθεί κατά 33.55 τ.μ. Το συνολικό εμβαδό του χώρου της βιβλιοθήκης είναι τώρα 140.75 τ.μ. , ενώ προηγουμένως ήταν 107,20 τ.μ.
- Διαμόρφωση του πιο πάνω επιπρόσθετου χώρου ώστε να διασφαλίζονται και να εξυπηρετούνται οι συνθήκες ατομικής μελέτης.
- Τοποθέτηση συστήματος σκίασης και ηχομόνωσης στην πρόσοψη της βιβλιοθήκης για βελτίωση των συνθηκών ανάγνωσης και μελέτης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σχόλιο της Επιτροπής:

Παρακάτω σημειώνονται οι περιοχές που χρήζουν περαιτέρω βελτιώσεις:

- A.** Αναδιαμόρφωση του προγράμματος σπουδών με αντικατάσταση μαθημάτων και προσθήκη νέων, όπως αναλυτικά αναφέρθηκε προηγουμένως στην αντίστοιχη σχετική ενότητα.
- B.** Η βιβλιοθήκη και ο αριθμός των ακαδημαϊκών συγγραμμάτων μπορούν να βελτιωθούν.
- Γ.** Θα μπορούσε να βελτιωθεί η ήδη επαρκής αναλογία ακαδημαϊκού προσωπικού πλήρους και μερικής απασχόλησης.

Απάντηση εκ μέρους του Ίδρυματος:

A. Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα έχει προχωρήσει με την αναθεώρηση της δομής του προγράμματος και την αντικατάσταση του μαθήματος “MKT 311: Services Marketing” με το μάθημα “MKT 226 Marketing Management”. Παρακαλώ δείτε το Παράρτημα 1 «Αναθεωρημένη Δομή προγράμματος» όπως επίσης και το Παράρτημα 2 «Αναλυτικά προγράμματα» .

Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα έχει προχωρήσει με την αναθεώρηση της δομής του προγράμματος και την αντικατάσταση του μαθήματος “MGT 223 Organisational Behaviour” με το μάθημα “MGT 214 Strategic Management”. Παρακαλώ δείτε το Παράρτημα 1 «Αναθεωρημένη Δομή προγράμματος» όπως επίσης και το Παράρτημα 2 «Αναλυτικά προγράμματα».

B. Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα βελτίωσε τις συνθήκες ανάγνωσης και μελέτης που προσφέρει στους φοιτητές με τους εξής τρόπους:

- Αύξηση των διαθέσιμων βιβλίων και συγγραμμάτων του συγκεκριμένου κλάδου σπουδών σε έντυπη μορφή. Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 4 «Παραγγελίες βιβλίων».
- Αύξηση των διαθέσιμων βιβλίων και συγγραμμάτων όλων των κλάδων μέσω της διαδικασίας αναβάθμισης για την αξιολόγησή τους από το Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας της Ανώτερης Εκπαίδευσης. Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 4 «Παραγγελίες βιβλίων».
- Επέκταση του χώρου της βιβλιοθήκης με τη δημιουργία επιπρόσθετου χώρου για σκοπούς ανάγνωσης και μελέτης. Συγκεκριμένα, ο χώρος δίπλα από το Electronic Research Center, ο οποίος βρίσκεται στο μεσοπάτωμα της υφιστάμενης βιβλιοθήκης, μετατράπηκε σε χώρο ανάγνωσης και μελέτης. Ο χώρος της βιβλιοθήκης έχει αυξηθεί κατά 33.55 τ.μ. Το συνολικό εμβαδό του χώρου της βιβλιοθήκης είναι τώρα 140.75 τ.μ. , ενώ προηγουμένως ήταν 107,20 τ.μ.

- Διαμόρφωση του πιο πάνω επιπρόσθετου χώρου ώστε να διασφαλίζονται και να εξυπηρετούνται οι συνθήκες ατομικής μελέτης.
- Τοποθέτηση συστήματος σκίασης και ηχομόνωσης στην πρόσοψη της βιβλιοθήκης για βελτίωση των συνθηκών ανάγνωσης και μελέτης.

Γ. Το Ίδρυμα με βάση τις πρόνοιες του νόμου και ακολουθώντας τις Κανονιστικές Διοικητικές Πράξεις 143/96 όπου καθορίζουν ότι τα μέλη του διδακτικού προσωπικού με πλήρη απασχόληση πρέπει να αποτελούν τουλάχιστον το 50% του συνόλου, αναφέρει ότι το ποσοστό του διδακτικού προσωπικού με όρους πλήρους απασχόλησης είναι 54%.

Όπως αναφέρουμε στο έντυπο 200.1 Αίτηση για αξιολόγηση – πιστοποίηση του συγκεκριμένου κλάδου σπουδών (σελίδα 77-78, σημεία 1.3.1 και 1.3.7) και στο Document 200.1 Application for evaluation – accreditation (σελίδα 73 – 74, σημεία 1.3.1 και 1.3.7) το σύνολο του διδακτικού προσωπικού του συγκεκριμένου προγράμματος είναι δεκατρείς (13), από τους οποίους οι επτά (7) εργοδοτούνται με όρους πλήρους απασχόλησης και οι έξι (6) με όρους μερικής απασχόλησης.

Λαμβάνοντας υπόψη το εποικοδομητικό σχόλιο της Επιτροπής το Ίδρυμα αποφάσισε να εργοδοτήσει με όρους πλήρους απασχόλησης με την έναρξη της καινούριας ακαδημαϊκής χρονιάς ακόμα ένα υφιστάμενο μέλος του διδακτικού προσωπικού που κατέχει διδακτορικό τίτλο και που εργοδοτείται τώρα με όρους μερικής απασχόλησης. Με αυτό τον τρόπο τα μέλη του διδακτικού προσωπικού του συγκεκριμένου προγράμματος με όρους πλήρους απασχόλησης θα αυξηθούν σε οκτώ (8) και τα μέλη με όρους μερικής απασχόλησης θα μειωθούν στα πέντε (5) αυξάνοντας έτσι το ποσοστό του προσωπικού με πλήρη απασχόληση στο 62%.

Παρακαλώ δείτε Παράρτημα 5 «Pre-agreement (Προσύμφωνο σύμβασης εργασίας)».

ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ - ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ

Η επιτροπή έχει εισηγηθεί συγκεκριμένες βελτιώσεις στο πρόγραμμα σπουδών, οι οποίες μπορούν να εφαρμοσθούν αμέσως, καθώς αφορούν δύο αλλαγές μαθημάτων που περιγράφονται λεπτομερώς στην αντίστοιχη σχετική ενότητα.

Απάντηση εκ μέρους του Ιδρύματος:

Το σχόλιο έχει ληφθεί υπόψη και το Ίδρυμα εφάρμοσε ήδη τις συγκεκριμένες αλλαγές. Παρακαλώ δείτε **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 – ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΗ ΔΟΜΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ** όπως επίσης και **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ**.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 – ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΗ ΔΟΜΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

MARKETING & PUBLIC RELATIONS, 2 years / 120 ECTS, Diploma plus an optional foundation year

1ST SEMESTER				30 ECTS
1	MGT 121	MANAGEMENT	R	6
2	CSC101	ICT I	R	6
3	PRM 111	INTRODUCTION TO PUBLIC RELATIONS	R	6
4	MKT 121	FUNDAMENTALS OF MARKETING	R	6
5		ONE OPTIONAL SUBJECT FROM TABLE A	R	6
2ND SEMESTER				30 ECTS
1	ADV 122	MEDIA & ADVERTISING	R	6
2	PRM 112	PRINCIPLES OF COMMUNICATION	R	6
3	PRM 121	PR WRITING & PRESENTATION SKILLS	R	6
4	STA 101	BUSINESS STATISTICS I	R	6
5		ONE OPTIONAL SUBJECT FROM TABLE B.1	R	6
3RD SEMESTER				30 ECTS
1	MKT 226	MARKETING MANAGEMENT	R	6
2	PRM 221	PR CAMPAIGNS	R	6
3	MKT 222	MARKET RESEARCH	R	6
4	MKT 212	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION	R	6
5		ONE OPTIONAL SUBJECT FROM TABLE B.2	R	6
4TH SEMESTER				30 ECTS
1	MGT 214	STRATEGIC MANAGEMENT	R	6
2	MKT 224	DIGITAL MARKETING	R	6
3	MGT 222	CONSUMER BEHAVIOUR	R	6

4	PRO PRM	FINAL PROJECT	R	6
5		ONE OPTIONAL SUBJECT FROM TABLE C	R	6

R stands for required

TABLE A General Education Requirements Optional subjects			
	Code		ECTS
1	ACC 101	ACCOUNTING I	6
2	LIB 104	SOCIOLOGY	6
3	LIB 111	PSYCHOLOGY	6

TABLE B.1 Core Requirements Optional subjects			
	Code		ECTS
1	PRM 213	LEGAL ASPECTS OF COMMUNICATION	6
2	MGT 122	CRISIS MANAGEMENT	6
3	MKT 221	PRINCIPLES & PRACTICES OF SELLING	6

TABLE B.2 Core Requirements Optional subjects			
	Code		ECTS
1	MKT 321	INTERNATIONAL MARKETING	6
2	MGT 212	ENTREPRENEURSHIP	6
3	MKT 225	STRATEGIC MARKETING I	6

TABLE C Free Electives Optional subjects			
	Code		ECTS
1	LIB 117	CULTURAL GEOGRAPHY	6
2	ENG 110	ADVANCED ENGLISH	6
3	MGR 101	MODERN GREEK I	6
4	SPA 101	SPANISH I	6

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Course Title	STRATEGIC MANAGEMENT				
Course Code	MGT 214				
Course Type	CORE REQUIREMENT COMPULSORY				
Level	DIPLOMA				
Year / Semester	2 nd YEAR / 4 th SEMESTER				
Teacher's Name	Dr. ELENA MALKAWI				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	0
Course Purpose and Objectives	In completing this course students should be able to develop an understanding of strategic management concepts and theories. This course also aims to develop conceptual skills so that students are able to integrate various management aspects of corporations. Students should be able to develop an understanding of the role of corporate governance in strategic management and obtain the ability to evaluate the strategic alternatives available through case studies of well- known corporations.				
Learning Outcomes	1. Explain the environmental variables effecting the organization. 2. Identify resources that can turn into competitive advantages 3. Construct situation analysis and recognize risks 4. Choose various strategies for given situations 5. Demonstrate the importance of staffing and leading in implementing a strategy				
Prerequisites	MGT 121- MANAGEMENT		Required	YES	
Course Content	Evolution of strategic management. Phases of strategic management Impact of strategic management on performance. Basic model of strategic management Social responsibility of strategic decision makers and the role of corporate governance in social responsibility Environmental variables. Scanning the environment. Industry analysis. Competitive intelligence and forecasting Internal scanning. Analysis of the organization. Internal resources and competitive advantage. Value chain analysis- corporate and industry. Situation analysis and business strategy. Mission and objectives. Competitive strategies and risks associated with competitive strategies.				

	Directional-Portfolio-Parenting strategies. Functional strategies. Selection of most appropriate strategy and corporate scenario Implementing a strategy-Who, What, How. Stages of corporate development and organizational structures. Staffing and leading to implement a strategy. Various issues in selecting appropriate staff. Leading and corporate culture. Action planning and management by objective Evaluation and measuring performance. When should measures be used. Various measures of organizational performance. Guidelines for proper control																								
Teaching Methodology	<u>In the Classroom:</u> Lecturers make use of whiteboards, flipcharts, overhead projector, video material and power point presentations. Students are supplied with handouts on extra or relevant material. Two Personal Computer Labs equipped with Multimedia PCs of the latest technology with the required software, scanners, printers and LCD-Projectors, satisfy the classes' requirements. All PCs are connected to the Internet, through a Broad Band High speed permanent connection using cable technology. <u>Web Supported Learning:</u> All the teaching material and the Lecturer's presentations are uploaded on the electronic learning platform of the college as a supporting studying tool. <u>Guest Speakers / Visits:</u> External visits to agencies or relevant industry/subject related organizations are arranged. Guest speakers that are experts in their field are invited to address the students. Students are also encouraged to visit industry players and familiarize themselves with the profession they have chosen. <u>Teaching Methods:</u> Lectures, presentations, videos, cartoon analysis, problem and case studies discussion, articles discussion, independent and private study, preparation of projects, fieldwork and group work.																								
Bibliography	Required Bibliography: <table><tr><td></td><td>Author(s)</td><td>Title</td><td>Publisher/Year</td><td>Edition</td><td>ISBN</td></tr><tr><td>1</td><td>Hunger, J. David Wheelen, Thomas L.</td><td>Essentials of Strategic Management</td><td>Prentice Hall, 2014</td><td>5th Ed</td><td>9780136006695</td></tr></table> Recommended Further Bibliography: <table><tr><td></td><td>Author(s)</td><td>Title</td><td>Publisher/Year</td><td>Edition</td><td>ISBN</td></tr><tr><td>1</td><td>Arthur A. Thompson, John E. Gamble, and A. J. Strickland II</td><td>Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage:</td><td>McGraw-Hill/Irwin, 2010</td><td>17th ed</td><td>978-0-07-018260-8</td></tr></table>		Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN	1	Hunger, J. David Wheelen, Thomas L.	Essentials of Strategic Management	Prentice Hall, 2014	5 th Ed	9780136006695		Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN	1	Arthur A. Thompson, John E. Gamble, and A. J. Strickland II	Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage:	McGraw-Hill/Irwin, 2010	17th ed	978-0-07-018260-8
	Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN																				
1	Hunger, J. David Wheelen, Thomas L.	Essentials of Strategic Management	Prentice Hall, 2014	5 th Ed	9780136006695																				
	Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN																				
1	Arthur A. Thompson, John E. Gamble, and A. J. Strickland II	Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage:	McGraw-Hill/Irwin, 2010	17th ed	978-0-07-018260-8																				

			Concepts and Cases			
	2	Dubrin J. Andrew	Essentials of Management	McGraw Hill, 2006	7th ed.	0-324-32333-6
	3	Fred David	Strategic Management: Concepts and cases	Pearson Education 2013	14th ed.	0-273-76748-8
Assessment	The final course grade is made up of: Coursework 35% Attendance & Participation 5% Final Examination 60% The pass mark is 50% Class/homework and additional tests/quizzes may be used as further pieces of assessment throughout the semester by the Lecturer. Grades on these are incorporated within the two categories of reported assessment described above, and their weight in each reported grade (test or assignment) is based at the discretion of the Lecturer. In addition, class participation is taken into consideration and accounts for 5% of the final course grade. The form of coursework assessment analysed above aims at evaluating the acquisition of knowledge and the application of concepts and techniques by students as well as at developing their analytical and critical thinking skills in the course areas specified in the course content.					
Language	ENGLISH					

Course Title	MARKETING MANAGEMENT				
Course Code	MKT 226				
Course Type	CORE REQUIREMENT COMPULSORY				
Level	DIPLOMA				
Year / Semester	2ND YEAR / 3RD SEMESTER				
Teacher's Name	GEORGE ANTONIADES				
ECTS	6	Lectures / week	3	Laboratories / week	0
Course Purpose and Objectives	This course is a comprehensive and practical introduction to marketing management. Through the course students improve their ability to make effective marketing decisions by evaluating opportunities related to marketing and develop appropriate strategies and implementation plans. Through a combination of interactive discussions, cases, practical examples and a group project, the course applies marketing topics to consumer and business-to-business products, services, and nonprofit organizations.				
Learning Outcomes	1. Identify growth opportunities that go along the corporate mission 2. Choose information and techniques to predict demand 3. Demonstrate the importance of building customer value 4. Select appropriate criteria for segmentation and target segmenting 5. Develop appropriate pricing and product strategies				
Prerequisites	MGT 121 - MANAGEMENT MKT 121 – FUNDAMENTALS OF MARKETING			Required	YES
Course Content	Core marketing concepts (needs wants demands, segmentation, media, value and satisfaction, supply chain) Customer Value and Marketing. Corporate and division strategy planning. Defining corporate mission. Growth opportunities Demand forecasting and collecting information. Analysing macro environment. Building customer value, loyalty and satisfaction. Analysis of consumer and business markets. Behavioural decision theories and behavioural of economics Global markets. Deciding which markets to enter, how to enter and the marketing programme to enter. Global product strategies				

	Segmentation on consumer and business markets. Criteria for segmentation and target segments. Developing brand positioning. Brand equity models. Building brand equity. Designing holistic marketing activities to brand management Setting product and price strategy. Managing digital marketing communications												
Teaching Methodology	<u>In the Classroom:</u> Lecturers make use of whiteboards, flipcharts, overhead projector, video material and power point presentations. Students are supplied with handouts on extra or relevant material. Two Personal Computer Labs equipped with Multimedia PCs of the latest technology with the required software, scanners, printers and LCD-Projectors, satisfy the classes' requirements. All PCs are connected to the Internet, through a Broad Band High speed permanent connection using cable technology. <u>Web Supported Learning:</u> All the teaching material and the Lecturer's presentations are uploaded on the electronic learning platform of the college as a supporting studying tool. <u>Guest Speakers / Visits:</u> External visits to agencies or relevant industry/subject related organizations are arranged. Guest speakers that are experts in their field are invited to address the students. Students are also encouraged to visit industry players and familiarize themselves with the profession they have chosen. <u>Teaching Methods:</u> Lectures, presentations, videos, cartoon analysis, problem and case studies discussion, articles discussion, independent and private study, preparation of projects, fieldwork and group work.												
Bibliography	Required Bibliography: <table><tr><td></td><td>Author(s)</td><td>Title</td><td>Publisher/Year</td><td>Edition</td><td>ISBN</td></tr><tr><td>1</td><td>Philip T. Kotler Kevin Lane Keller</td><td>Marketing Management</td><td>Pearson 2016</td><td>15ed.</td><td>978-1292092737</td></tr></table>		Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN	1	Philip T. Kotler Kevin Lane Keller	Marketing Management	Pearson 2016	15ed.	978-1292092737
	Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition	ISBN								
1	Philip T. Kotler Kevin Lane Keller	Marketing Management	Pearson 2016	15ed.	978-1292092737								

	Recommended Further Bibliography:				
		Author(s)	Title	Publisher/Year	Edition ISBN
	1	J. Paul Peter, James Donnelly Jr	A Preface to Marketing Management	McGraw-Hill Education; 2015	14 th ed. 978-0077861063
	2	Christie L. Nordhielm Marta Dapena-Baron	Marketing Management: The Big Picture	Wiley/2015	978-1118014554
Assessment	The final course grade is made up of: Coursework 35% Attendance & Participation 5% Final Examination 60% The pass mark is 50% Class/homework and additional tests/quizzes may be used as further pieces of assessment throughout the semester by the Lecturer. Grades on these are incorporated within the two categories of reported assessment described above, and their weight in each reported grade (test or assignment) is based at the discretion of the Lecturer. In addition, class participation is taken into consideration and accounts for 5% of the final course grade. The form of coursework assessment analysed above aims at evaluating the acquisition of knowledge and the application of concepts and techniques by students as well as at developing their analytical and critical thinking skills in the course areas specified in the course content.				
Language	ENGLISH				

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 – ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΡΕΥΝΩΝ

Research & Development Committee

The Committee aims to support the College in research. Its strategic role is to shape research policy and activities in the College. The Committee and its members have the responsibility of promoting research in the academic community and industry.

Functions of the Committee:

1. Evaluates research and provides recommendations to the Board of Governors.
2. Assists the Board of Governors in the decision making related to research.
3. Reviews and reports to the Board of Governors about long term strategic research goals and the progress and direction of College research Programmes.
4. Advises the Board of Governors on scientific and technological research matters.
5. Endeavors to identify and discuss significant emerging science and technology issues and trends.
6. Recommends approaches for acquiring and maintaining advantageous research.
7. Regularly reviews the research Programmes of the College.
8. Reviews the budgetary requirements and resource allocation for research.

Research Office

The Research Office aims to conduct academic research. The Office is comprised of the Head of Research and faculty members with a recognized background in research and extensive academic experience. The College provides the infrastructure to support the researchers, faculty and students.

Functions of the Research Office:

1. Designs and supports teams of researchers in conducting research
2. Supports the research activities and coordinates all research
3. Prepares and submits research proposals to National and European funding Programmes
4. Applies new research findings to Programmes of study
5. Engages faculty, personnel and students in research activities and projects
6. Publishes the research findings in international journals with peer-reviewing systems, international conferences, conference minutes and other publications

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 – ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΒΙΒΛΙΩΝ

2016.11.9--LBS--FINAL BOOKS LIST -- 1

MARKETING & PUBLIC RELATIONS

SUPPLIER: LBS

A/A	TITLE	AUTHOR	PUBLISHER	EDITION	ISBN	GBP LIST	GBP PRICE	COPIES	GBP TOTAL
1	PUBLIC RELATIONS: STRATEGIES AND TACTICS	DENNIS L. WILCOX, GLEN T. CAMERON	PEARSON	11TH ED. 2014	9781292056586	61.99	58.89	1	58.89
2	MARKETING: AN INTRODUCTION	P.KOTLER, G. ARMSTRONG	PEARSON	13ED 2016	9781292146508	57.99	55.09	1	55.09
3	PUBLIC RELATIONS WRITING: FORM & STYLE EDITION	DOUG NEWSOM, JIM HAYNES	WADSWORTH PUBLISHING CO IN	10TH REVISED ED. 2013	9781285074733 OTO	54.99	52.24	1	52.24
4	UNDERSTANDING DIGITAL MARKETING: MARKETING STRATEGIES FOR ENGAGING	DAMIAN RYAN	KOGAN PAGE LTD	3RD ED., 2014	9780749471026	19.99	18.99	3	56.97
5	BUSINESS STATISTICS: A FIRST COURSE	DAVID M.LEVINE, TIMOTHY C.KREHBIEL & MARK L. BERENSON	PEARSON PRENTICE HALL	7TH ED., 2015	9781292095936	52.99	50.34	1	50.34
6	FUNDAMENTALS OF SELLING: CUSTOMERS FOR LIFE THROUGH SERVICE	CHARLES M. FUTRELL	MCGRAW-HILL	13TH ED., 2013	9781259060557	53.99	51.29	1	51.29
7	PUBLIC SPEAKING FOR COLLEGE & CAREER	HAMILTON GREGORY	MCGRAW-HILL EDUCATION	10TH ED., 2013	9780078036828 OTO	121.99	121.99	1	121.99
8	SERVICES MARKETING: PEOPLE, TECHNOLOGY, STRATEGY	CHRISTOPHER H LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	PRENTICE HALL	7TH, 2010	9780273756064	57.99	55.09	1	55.09
9	DEVELOPING THE PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN PLUS MYSEARCHLAB WITH ETE	BOBBITT, RANDY, RUTH SULLIVAN	PEARSON	3RD ED., 2013	9780205066728 OTO	80.99	76.94	2	153.88
10	INTEGRATED ADVERTISING, PROMOTION, AND MARKETING COMMUNICATIONS	KENNETH E. CLOW DONALD E. BAACK	PEARSON	7TH ED., 2015	9781292093635	59.99	56.99	1	56.99
11	ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	STEPHEN P.ROBBINS & TIMOTHY A.JUDGE	PEARSON PRENTICE HALL	17TH ED., 2016	9781292146300	57.99	55.09	1	55.09
12	MARKETING STRATEGY, TEXT AND CASES	MICHAEL HARTLINE, O. C. FERRELL	SOUTH-WESTERN COLLEGE	6TH ED., 2013	9781285170435 OTO	64.99	61.74	1	61.74
13	MARKET RESEARCH IN PRACTICE: AN INTRODUCTION TO GAINING GREATER MA	MATTHEW HARRISON...[ET AL.]	KOGAN PAGE	3RD ED., 2016	9780749475857	29.99	28.49	2	56.98

14	PRINCIPLES OF OPERATIONS MANAGEMENT: SUSTAINABILITY AND SUPPLY CHA	JAY HEIZER , BARRY RENDER , CHUCK MUNSON	PEARSON	10TH ED, 2016	9781292153018	57.99	55.09	1	55.09
15	PRINCIPLES OF EXTERNAL AUDITING	PORTER, BRENDA	JOHN WILEY	4TH ED., 2014	9780470974452	54.99	52.24	2	104.48
16	Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective	George E. Belch, Michael A. Belch	McGraw-Hill Education	10th ed2014 GLOBAL	97809814575119	58.99	56.04	1	56.04
17	Psychology	Daniel L. Schacter ...[et al]	Worth Publishers	3rd ed., 2014	9781464106033 R/P	49.99	49.99	1	49.99
								£	1152.18

2016.12.13

NAMES: Computer Networking/ Marketing & PR

Supplier: Amazon

A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	HBK/PBK	PRICE
1	Crisis Leadership Now: A Real-World Guide to Preparing for Threats, Disaster, Sabotage, and Scanda	Laurence Barton	McGraw-Hill Education	2008	978-0071498821	hbk	£30.35
2	Data Structures & Algorithms in C++	Adam Drozdek	Cengage Learning	4 th ed., 2012	9781133608424	pbk	£51.49
3	C++ How to program	P.J.Deitel & H.M.Deitel	Pearson	8 th ed., 2011	9780273752769	pbk	£19.31
4	Exam 98-364: MTA Database Administration Fundamentals (Microsoft Official Academic Course)	Microsoft Official Academic Course	John Wiley & Sons	2011	9780470889169	pbk	£63.32
5	Computer System Architecture	M. Morris R. Mano	Prentice Hall	3rd ed.,1992	9780131755635	pbk	£35.90
6	Security Fundamentals	Microsoft	Wiley	2011	978-0470901847	pbk	£33.71
7	Windows Server Administration Fundamentals	Microsoft Official Academic Course	Wiley	2011	9780470901823	pbk	£33.71
8	Network+ Guide to Networks	Jill West, Jean Andrews , Tamara Dean	CENGAGE Learning Custom Publishing	7th ed., 2015	978-1305090941	pbk	£67.22
9	Fundamentals of the Human Mosaic: A Thematic Approach to Cultural Geography	Terry G. Jordanbychkov , Mona Domosh , Roderick P. Neumann	W.H. Freeman & Company	2010	978-1429272001	pbk	£58.27
							£393.28
							€468.75

A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	GBP	GBP	COPIES	GBP
						LIST	PRICE		TOTAL
1	Mass Communication Law in a Nutshell	T. Carter, Juliet De, Harvey Zuckman	West Academic Publishing	7th ed., 2014	978-0314280633	47.50	45.12	1	45.12
2	Principles of Services Marketing	Adrian Palmer	McGraw-Hill Education	7th ed., 2014	978-0077152345	52.99	50.34	1	50.34
3	Sociology	Anthony Giddens, Philip W. Sutton	Polity Press	7TH ed., 2013	978-0745652931	28.99	28.99	1	28.99
4	Crisis Management	William Crandall	SAGE Publications Inc	2nd ed., 2013	978-1412991681	61.00	57.95	1	57.95
5	The Art of Crisis Leadership: Save Time, Money, Customers and Ultimately, Your Career	Rob Weinhold, Kevin Cowherd	Apprentice House	2016	978-1627201131	15.99	15.19	1	15.19
6	Guerrilla P.R. 2.0: Wage an Effective Publicity Campaign Without Going Broke	Michael Levine	HarperBusiness	2008	978-0061438523	11.99	11.99	1	11.99
7	Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR In Practice)	Anne Gregory	Kogan Page	4th ed., 2015	978-0749468736	24.99	23.74	1	23.74
8	Regulating Social Media: Legal and Ethical Considerations (Communication Law)	Susan J. Drucker , Gary Gumpert	Peter Lang Publishing Inc	2013	978-1433114830	24.00	27.00	1	27.00
9	The Essentials of Computer Organization & Architecture	Linda Null , Julia Lobur	Jones and Bartlett	4 th ed., 2014	978-1284046731	54.99	52.24	1	52.24
10	Computer Networks	Andrew S Tanenbaum , David J. Wetherall	Pearson Prentice Hall	5th ed., 2013	9781292024226	55.99	53.19	1	53.19
11	Writing for Science and Engineering: Papers, Presentations and Reports	Heather Silyn-Roberts	Elsevier	2 nd ed., 2016	9780080975573	30.99	29.44	1	29.44
12	Writing for Computer Science	Justin Zobel	Springer	3 rd ed., 2015	978-1447166382	22.99	22.99	1	22.99

13	Cybersecurity and Cyberwar What Everyone Needs to Know	P.W. Singer	Oxford University Press	2014	978-0199918119	10.99	10.99	1	10.99
14	Microsoft Windows Security Essentials	Darril Gibson	Sybex	2011	978-1118016848	31.99	30.39	1	30.39
15	Getting Started with the Internet of Things: Connecting Sensors and Microcontrollers to the Cloud (Make: Projects)	Cuno Pfister	O'Reilly /Maker Media	2011	9781449393571	17.99	17.09	1	17.09
16	Distributed Systems: Principles and Paradigms	Andrew S Tanenbaum, Maarten Van Steen	Pearson	2 nd ed., 2013	9781292025520	53.99	51.29	1	51.29
17	Distributed systems: concepts and design	George Coulouris...[et al.]	Addison-Wesley/2005	5th ed., 2011	9780273760597	54.99	52.24	1	52.24
18	Ubiquitous Computing Fundamentals	John Krumm	Chapman and Hall/CRC	2009	9781420093605	63.99	60.79	1	60.79
20	Computer Networks and Internets	Douglas Comer	Pearson	6 th ed., 2015	978-1292061177	56.99	54.14	1	54.14
21	Guide to Networking Essentials	Greg Tomsho	Delmar Cengage Learning	6th ed.,2011	978-1111312565	67.99	64.59	1	64.59
22	Computer Networking: A Top-Down Approach	James F. Kurose , Keith W. Ross	Pearson	6th ed., 2012	978-0273768968	59.99	56.99	1	56.99
23	Cultural Geography: environments, landscapes, identities, inequalities	William Norton, Margaret Walton-Roberts	Oxford University Press	3 rd ed., 2013	978-0195429541	49.99	49.99	1	49.99
24	Social Media Marketing	Tracy L. Tuten & Michael R. Solomon	Sage Publications LTD	2nd ed., 2014	978-1473913011	45.99	43.69	1	43.69
								£	910.37

A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	PRICE IN EURO
1	CONTEMPORARY BUSINESS LAW	HENRY R. CHEESEMAM	PEARSON	8th ed.,2015	978-1292059358	58.36
2	ECONOMICS	DAVID BEGG, GIANLUIGI VERNASCA, STANLEY FISCHER	MCGRAW-HILL EDUCATION	2014	978-0077154516	66.08
3	MACROECONOMICS	MICHAEL PARKIN	PEARSON	12 ed., 2016	978-1292109701	58.36
4	MODERN MANAGEMENT: CONCEPTS & SKILLS	SAMUEL C. CERTO, S.TREVIS CERTO	PEARSON, 2015	14th ed.,2016	978-1292096650	70.95
5	ORGANIZATIONAL CHANGE	BARBARA SENIOR, DR STEPHEN SWAILES	FT PUBLISHING INTERNATIONAL	5th ed.,2016	978-1292063836	60.65

314.40

Order number: 202-6625126-9389937

NAMES: Accounting 1 / accounting 2 / advanced management accounting/ business Law

Supplier: Amazon 16.5.2017							
A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	£	PRICE IN EURO
1	Frank Wood's Business Accounting: v.2	Alan Sangster, Frank Wood	Pearson	13th ed., 2016	978-1-292-08505-0	44.61	
2	Frank Wood's Business Accounting: v.1	Alan Sangster, Frank Wood	Pearson	13th ed., 2015	978-1292084664	42.83	
3	Management and Cost Accounting	Alnoor Bhimani...[et al.]	Pearson	6th ed., 2015	978-1292063461	50.39	
4	Management and Cost Accounting	Colin Drury	Cengage Learning EMEA	9th ed., 2015	978-1408093931	48.69	
5	Business Law: Legal Environment, Online Commerce, Business Ethics, and International Issues	Henry R. Cheeseman	Pearson	9th ed., 2014	978-0134004006	186.89	
						373.41	€ 436

Order number: 202-0932612-6685902

NAMES: Managerial Accounting & Costing

					Supplier: Amazon	6.6.2017 (b)	
A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	£	PRICE IN EURO
	1 Fundamental Managerial Accounting Concepts	Thomas P Edmonds, Bor-Yi Tsay, Philip R Olds	978-1259060502	7th ed., 2013	McGraw-Hill Education	20	
Shipping						4.02	
						24.02	27.50

NAMES: Business com/ Business Finance ii/ Business finance i

Order number:
#202-0779759-4757920
#202-5630571-1638743

					Supplier: Amazon	30.5.2017	
A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	£	PRICE IN EURO
	1 Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment	Ronald Hilton, David Platt	978-1259073649	10th ed., 2014	McGraw-Hill Education	54.59	
	2 Excellence in Business Communication	John V. Thill, Courtland L. Bovee	978-1292156651	12th ed., 2016	Pearson	55.64	
	3 Business Communication: Process & Product	Mary Ellen Guffey, Dana Loewy	978-1285094083	8th ed., 2014	South-Western College	44.24	
	4 Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings	Patrick A. Gaughan	978-1118997543	6th ed., 2015	John Wiley	53.54	
	5 Business Finance	Eddie McLaney	978-1292016122	10th ed., 2014	Pearson	47.29	
	6 Essentials of Investments	Zvi Bodie, Alex Kane, Alan Marcus	978-1259255045	10th ed., 2016	McGraw Hill Higher Education	61.94	
Shipping						20.71	
VAT						13.83	
						351.78	401.74

Order number: 202-9101910-6949940

NAMES: Marketing management/Strategic Management/Marketing Management, planning& control

16.6/2017

Supplier: Amazon

A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	HBK/PBK	PRICE
1	A Preface to Marketing Management	J. Paul Peter, James H Donnelly Jr	14th ed., 2014	978-0077861063	McGraw-Hill Education	pbk	£109.19
2	Marketing Management: The Big Picture	Christie L. Nordhielm, Marta Dapena-Baron	2014	978-1118014554	John Wiley & Sons; Pap/Psc	pbk	£62.99
3	Marketing Management	Philip Kotler, Kevin Lane Keller	15th ed., 2015	978-1292092737	Pearson	pbk	£62.37
4	Essentials of Strategic Management	J. David Hunger, Thomas L. Wheelen	5th ed., 2013	978-1292020907	Pearson	pbk	£55.64
							290.19
							Estimated Postage & Packaging
							£10.79
							£300.98

NAMES: Marketing management/Strategic Management/Marketing Management, planning& control

Order number: 205-6389149-3673101

21/06/2017				Supplier: Amazon			
A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	HBK/PBK	PRICE
1	A Preface to Marketing Management	J. Paul Peter, James H Donnelly Jr	14th ed., 2014	978-0077861063	McGraw-Hill Education	pbk	£109.19
2	Marketing Management: The Big Picture	Christie L. Nordhielm, Marta Dapena-Baron	2014	978-1118014554	John Wiley & Sons; Pap/Psc	pbk	£62.99
3	Marketing Management	Philip Kotler, Kevin Lane Keller	15th ed., 2015	978-1292092737	Pearson	pbk	£62.37
4	Essentials of Strategic Management	J. David Hunger, Thomas L. Wheelen	5th ed., 2013	978-1292020907	Pearson	pbk	£55.64
							290.19
						Estimated Postage & Packaging	£10.79
							£300.98

2017.6.28

ITEM	TITLE	AUTHOR	PUBLISHER	ISBN	PRICE	EURO
01/10	OPERATING SYSTEM CONCEPTS 9ED	ABRAHAM SILBERSCHATZ, PETER BAER GALVIN, GREG GAGNE	JOHN WILEY & SONS	978-1118093757	41.79	49.16
02/10	OPERATING SYSTEMS: INTERNALS AND DESIGN PRINCIPLES 8ED	WILLIAM STALLINGS	PRENTICE HALL	978-1292061351	56.99	67.05
03/10	C++ HOW TO PROGRAM 10ED	P.J.DEITEL & H.M.DEITEL	PEARSON PRENTICE HALL	978-1292153452	64.88	76.33
04/10	DATA AND COMPUTER COMMUNICATIONS 10ED GLOBAL	WILLIAM STALLINGS	PEARSON	978-1292014388	56.04	65.93
05/10	SYSTEMS ANALYSIS AND DESIGN 9ED	KENNETH KENDALL, JULIE KENDALL	PEARSON/PRENTICE HALL	978-0273787105	63.64	74.87
06/10	CLOUD COMPUTING: FROM BEGINNING TO END	RAY J RAFAELS (\$24.95)	CREATESPACE INDEPENDENT PUBLISHING	9781511404587	20.95	24.65
07/10	FUNDAMENTALS OF DATABASE SYSTEMS 7ED	RAMEZ ELMASRI, SHAMKANT B. NAVATHE	PEARSON/ADDISON WESLEY	978-1292097619	50.34	59.22
08/10	DATABASE CONCEPTS 7ED	DAVID M.KROENKE & DAVID J.AUER	PRENTICE HALL	978-1292076232	63.64	74.87
09/10	TECHNICAL WRITING AND PROFESSIONAL COMMUNICATION: FOR NONNATIVE SPEAKERS OF ENGLISH	THOMAS N. HUCKIN, LESLIE A. OLSEN	MCGRAW-HILL	9780070308251	25.00	29.41
10/10	GUIDE TO NETWORKING ESSENTIALS	GREG TOMSHO	COURSE TECHNOLOGY	978-1305105430	118.75	139.71
					562.02	661.20

NAMES: college algebra, economics

Order number: Order #202-4448445-3882708
Order #202-1584237-2505134

6.7.2017

202-1584237-2505134

A/A	TITLE	AUTHOR	ISBN	EDITION	PUBLISHER	PRICE IN £	PRICE IN EURO
1	College Algebra	Michael Sullivan	Pearson	10th ed., 2014	978-0321979476	£136.99	156.00
2	Mathematics for Economics and Business	Mr Ian Jacques	Pearson	8th ed., 2015	978-1292074238	£42.49	48.39
3	Economics	Paul A Samuelson, William D Nordhaus	McGraw-Hill Education	19th ed., 2009	978-0070164956	£14.12	16.08
4	Economics	Mr John Sloman, Dean Garratt , Prof Alison Wride	Pearson	9th ed., 2014	978-1292064772	£45.89	52.26
5	International Business	Ricky W. Griffin, Michael Pustay	Pearson	8th ed., 2014	978-1292018218	£52.69	60.00
6	Marketing Channels: A Management View	Bert Rosenbloom	South-Western College Pub	8th ed., 2012	978-0538477604	£51.35	58.48
						£343.53	391.21
					Estimated Postage & Packaging	£22.91	26.10
						£366.44	417.31

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 – PRE AGREEMENT - ΠΡΟΣΥΜΦΩΝΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΓΡΑΦΑ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ



Andreas Papathomas Ltd Owners of CTL Eurocollege
118, Spyros Kyprianou Ave., 3077 Limassol

PRE - A G R E E M E N T

BASIC CONDITIONS FOR EMPLOYMENT OF FULL-TIME FACULTY PERSONNEL

The present PRE- AGREEMENT is made between Andreas Papathomas Ltd, owners of CTL Eurocollege, a Higher Education Institution incorporated under the laws of the Republic of Cyprus, having its principal place of operations in Limassol (the "Employer"); and **ELENA MALKAWI ID: 1133090** (the "Employee").

The Employee desires to render his services and the Employer desires to obtain the benefit of such services on the terms and conditions set below.

1. Employment

The Employee agrees that he will at all times faithfully, academically, and to the best of his skills, ability and experience, perform all of the duties required of his/her position. In carrying out these duties and responsibilities, the Employee shall comply with all Employer's policies, procedures, rules and regulations, both written and oral, as are announced by the Employer from time to time. It is also understood and agreed to by the Employee that his/her duties and responsibilities and reporting arrangements may be changed by the Employer in its sole discretion without causing termination of this pre-agreement.

2. Position Title

As a **Full Time Lecturer**, the Employee is required to perform the following teaching duties for the programmes of study in the Business field and duties as Programme coordinator and undertake the following responsibilities in a professional manner.

3. Compensation

- (a) As full compensation for all the teaching services provided the employee shall be paid a gross monthly salary as agreed. Such payment shall be subject to normal statutory deductions by the Employer.
- (b) The monthly salary mentioned in paragraph 3(a) shall be reviewed as per the prevailing situations on an annual basis.
- (c) The reasonable authorized expenses arising out of the employment shall be reimbursed on the provision of appropriate receipts.



Andreas Papathomas Ltd Owners of CTL Eurocollege
118, Spyros Kyprianou Ave., 3077 Limassol

4. Entire Pre- Agreement

This pre-agreement contains the entire agreement between the parties, superseding in all respects any and all prior oral or written agreements or understandings pertaining to the employment of the Employee by the Employer and shall be amended or modified only by written instrument signed by both of the parties hereto.

On Behalf of the Employer
Andreas Papathomas Ltd


Signature

Andreas Papathomas
Executive Director
The CTL Eurocollege

Date: 5/7/2017

The Employee
I hereby confirm and accept the Duties and
Responsibilities assigned to me and the
Conditions of the Agreement

Signature _____

Name: _____

Date: 5/07/2017

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВЫСШИЙ
АТТЕСТАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Московская типография "Госиздат", 1996.

ДУПЛОМ
КАНДИДАТА НАУК

КТ № 039708

Москва 26 декабря 1997 г.

Решением

диссертационного совета

Сибирского государственного политехнического университета

от 3 июля 1997 г. № 4

Шуровой Сене Геннадьевне

присуждена ученая степень

КАНДИДАТА

технических наук

III



**ΔΙΠΛΩΜΑ
ΔΟΚΙΜΟΥ ΔΙΔΑΚΤΟΡΑ**

ΚΤ № 039708

Μόσχα, 26 Δεκεμβρίου 1997

**ΚΡΑΤΙΚΗ ΑΝΩΤΑΤΗ
ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΤΗΣ ΡΩΣΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ**

Με απόφαση της Διδακτορικής Επιτροπής
του Ινστιτούτου των Καταναλωτικών Συνεταιρισμών
της 3ης Ιουλίου του 1997 Νο 7

στην **ΤΟΥΡΜΠΙΝΑ ΕΛΕΝΑ** του **ΓΚΕΝΝΑΝΤΙΪ**
ο Επιστημονικός
απονεμήθηκε τίτλος
Δόκιμου Διδάκτορα
των Οικονομικών Επιστημών

Ο πρόεδρος διδακτορικής επιτροπής: - υπογραμμένο -

Ο επιστημονικός γραμματέας

διδακτορικής επιτροπής: - υπογραμμένο -

Σφραγίδα

Σε το κείμενο αυτό είναι τοποθετημένοι
οι επισυνεπιδεμένοι ενγράφοι
και η υπγραφή του



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ
ΤΙΤΛΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (ΚΥ.Σ.Α.Τ.Σ.)

CYPRUS COUNCIL FOR THE RECOGNITION OF
HIGHER EDUCATION QUALIFICATIONS (KY.S.A.T.S.)

Διεύθυνση: Τ.Θ. 12758
2252 Λευκωσία, ΚΥΠΡΟΣ
Τηλέφωνο: + 357 22 402472-3
Φαξ: + 357 22 402481

Address: P.O.Box 12758
2252 Nicosia, CYPRUS
Telephone: + 357 22 402472-3
Fax: + 357 22 402481

ΚΥ.Σ.Α.Τ.Σ. Αρ. Πρωτ. 866/09

11 Ιουνίου 2010

Κ. Elena Malkawi
Ανδρέα και Άννας Παππουτή, 9
4103 Άγιος Αθανάσιος - Λεμεσός

Αγαπητή κ. Malkawi,

Αναφορικά με τον Αρ. Πρωτ. 866/09 το Συμβούλιο, αποφάσισε ότι αναγνωρίζει τον τίτλο σπουδών σας "Δίπλωμα/Οικονομικών Επιστημών" που απονεμήθηκε από το Siberian University of Consumer Cooperation, της Ρωσίας, ως τίτλο ισότιμο προς Διδακτορικό Δίπλωμα.

Αν επιθυμείτε να σας εκδοθεί το πιστοποιητικό αναγνώρισης ισοτιμίας μπορείτε να καταβάλετε το σχετικό τέλος.

Με εκτίμηση,

(Μάριος Αντωνιάδης)
Για Πρόεδρο ΚΥ.Σ.Α.Τ.Σ