

ΕΝΟΤΗΤΑ	ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ <i>Η ενότητα καλύπτει τους ακόλουθους μαθησιακούς στόχους:</i>	ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	
		ΓΝΩΣΕΙΣ <i>Με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας ο εκπαιδευόμενος θα μπορεί να:</i>	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ <i>Με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας ο εκπαιδευόμενος θα μπορεί να:</i>
<b>1. Εισαγωγή</b>	ορισμός επιχειρηματικού μοντέλου	ορίζει το επιχειρηματικό μοντέλο	ερμηνεύει τον ορισμό του επιχειρηματικού μοντέλου
	χρήση και οφέλη του επιχειρηματικού μοντέλου	περιγράφει τη χρήση και τα οφέλη του επιχειρηματικού μοντέλου	αξιολογεί τη χρήση και τα οφέλη του επιχειρηματικού μοντέλου
	στοιχεία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου	περιγράφει τα στοιχεία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου	εφαρμόζει τα στοιχεία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου
<b>2. Πελατειακές Ομάδες</b>	ορισμός πελατειακής ομάδας	ορίζει τι είναι μια πελατειακή ομάδα	ερμηνεύει τι είναι μια πελατειακή ομάδα
	η σημασία των πελατειακών ομάδων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	περιγράφει τη σημασία των πελατειακών ομάδων στο επιχειρηματικό μοντέλο	αξιοποιεί τη σημασία των πελατειακών ομάδων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο
	διαφορετικά μοντέλα πελατειακών ομάδων	απαριθμεί διαφορετικά μοντέλα πελατειακών ομάδων	αναλύει διαφορετικά μοντέλα πελατειακών ομάδων
	η επίδραση των διαφορετικών πελατειακών ομάδων σε άλλα μέρη του επιχειρηματικού μοντέλου	εξηγεί τις επιπτώσεις διαφορετικών πελατειακών ομάδων σε διάφορα μέρη του επιχειρηματικού μοντέλου	περιγράφει την επίδραση διαφορετικών πελατειακών ομάδων σε διάφορα μέρη του επιχειρηματικού μοντέλου
<b>3. Πρόταση Αξίας</b>	η έννοια της πρότασης αξίας	ορίζει την έννοια την πρότασης αξίας	εφαρμόζει την έννοια της πρότασης αξίας
	στοιχεία της πρότασης αξίας	περιγράφει τα στοιχεία της πρότασης αξίας	ερμηνεύει τα στοιχεία της πρότασης αξίας
	είδη της πρότασης αξίας	προσδιορίζει τους τύπους της πρότασης αξίας	χρησιμοποιεί τους τύπους της πρότασης αξίας
	παραδείγματα μερικών από τις πιο δημοφιλείς προτάσεις αξίας στην αγορά	απαριθμεί τα παραδείγματα μερικών από τις πιο δημοφιλείς προτάσεις αξίας στην αγορά	χρησιμοποιεί τις πιο δημοφιλείς προτάσεις αξίας στην αγορά

	η καταλληλότερη πρόταση αξίας για την ικανοποίηση των πελατών	διακρίνει την καταλληλότερη πρόταση αξίας για την ικανοποίηση των πελατών	επιλέγει την καταλληλότερη πρόταση αξίας για την ικανοποίηση των πελατών
<b>4. Κανάλια</b>	διάφορες φάσεις επικοινωνίας, που σχετίζονται με τα κανάλια και τους στόχους τους	αναγνωρίζει κάθε διακριτή φάση επικοινωνίας, που σχετίζεται με τα κανάλια και τους στόχους τους	ερμηνεύει κάθε διακριτή φάση επικοινωνίας, που σχετίζεται με τα κανάλια και τους στόχους τους
	η διαφορά μεταξύ των καναλιών επικοινωνίας που σχετίζονται με την προώθηση (ευαισθητοποίηση, αξιολόγηση και υποστήριξη πελατών μετά την πώληση) και εκείνων των φάσεων που σχετίζονται με την τοποθεσία (αγορά και παράδοση)	περιγράφει τη διαφορά μεταξύ των καναλιών επικοινωνίας που σχετίζονται με την προώθηση και των φάσεων που σχετίζονται με την τοποθεσία	κάνει διάκριση μεταξύ των καναλιών επικοινωνίας που σχετίζονται με την προώθηση και εκείνων των φάσεων που σχετίζονται με την τοποθεσία
	κανάλια για τη διάδοση της πρότασης αξίας του οργανισμού	απαριθμεί διαφορετικά κανάλια για τη διάδοση της πρότασης αξίας του οργανισμού	αξιολογεί διαφορετικά κανάλια για τη διάδοση της πρότασης αξίας του οργανισμού
	βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και για τις πελατειακές σχέσεις μέσα από το πρίσμα των καναλιών	επιλέγει τα τρέχοντα κανάλια για τη βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και τις πελατειακές σχέσεις	εξετάζει και να επικρίνει τα τρέχοντα κανάλια για τη βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και τις σχέσεις με τους πελάτες
	δίοδοι επικοινωνίας που υπάρχουν στα κανάλια με πελατειακές ομάδες, πελατειακές σχέσεις και τη δημιουργία αξίας	περιγράφει τις διόδους επικοινωνίας που υπάρχουν στα κανάλια με πελατειακές ομάδες, πελατειακές σχέσεις και τη δημιουργία αξίας	ενοποιεί και να ευθυγραμμίζει τις διόδους επικοινωνίας που υπάρχουν στα κανάλια με πελατειακές ομάδες, πελατειακές σχέσεις και τη δημιουργία αξίας
	σχεδιασμός οικονομικά αποδοτικών μελλοντικών στρατηγικών και καινοτόμων καναλιών	αντιστοιχεί τις οικονομικά αποδοτικές μελλοντικές στρατηγικές με καινοτόμα κανάλια	εφαρμόζει δημιουργική σκέψη για να σχεδιάζει οικονομικά αποδοτικές μελλοντικές στρατηγικές και καινοτόμα κανάλια
	<b>5. Πελατειακές Σχέσεις</b>	ορισμός των πελατειακών σχέσεων	ορίζει τις πελατειακές σχέσεις
η σημασία των πελατειακών σχέσεων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο		εξηγεί τη σημασία των πελατειακών σχέσεων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	αξιολογεί τη σημασία των πελατειακών σχέσεων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο
διαφορετικά μοντέλα πελατειακών σχέσεων		αναπαριστά διαφορετικά μοντέλα πελατειακών σχέσεων	χρησιμοποιεί διαφορετικά μοντέλα πελατειακών σχέσεων

	ο αντίκτυπος των διαφορετικών πελατειακών σχέσεων σε άλλες συνιστώσες του επιχειρηματικού μοντέλου ενός οργανισμού και αντιστρόφως	περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο οι διαφορετικές πελατειακές σχέσεις είναι ικανές να επηρεάσουν άλλες συνιστώσες του επιχειρηματικού μοντέλου ενός οργανισμού και αντιστρόφως	αξιολογεί πώς διαφορετικές πελατειακές σχέσεις είναι ικανές να επηρεάσουν άλλες συνιστώσες του επιχειρηματικού μοντέλου ενός οργανισμού και αντίστροφα
<b>6. Ροές Εσόδων</b>	το τμήμα των ροών εσόδων και η σχέση του με άλλα τμήματα	περιγράφει το τμήμα των ροών εσόδων και τη σχέση του με άλλα τμήματα	εφαρμόζει το τμήμα των ροών εσόδων και τη σχέση του με άλλα τμήματα
	πλεονεκτήματα και αδυναμίες των ροών εσόδων	απαριθμεί τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες των ροών εσόδων	αξιολογεί τις τρέχουσες ροές εσόδων για να εκτιμήσει τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες τους
	η αξία των ροών εσόδων και η σημασία τους για την οργανωτική στρατηγική	τονίζει την αξία των ροών εσόδων και τη σημασία τους για την οργανωτική στρατηγική	εκτιμά την αξία των ροών εσόδων και τη σημασία τους για την οργανωτική στρατηγική
	βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και για τις πελατειακές σχέσεις μέσα από το πρίσμα των ροών εσόδων	διακρίνει τις τρέχουσες ροές εσόδων για τη βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και για τις πελατειακές σχέσεις	εξετάζει και να επικρίνει τις τρέχουσες ροές εσόδων για τη βελτίωση της επικοινωνίας με όλες τις πελατειακές ομάδες και τις πελατειακές σχέσεις
	σχεδιασμός του τμήματος ροών εσόδων, προκειμένου να εφαρμοστεί δημιουργική σκέψη για το σχεδιασμό μελλοντικής στρατηγικής και να αριθμηθούν εναλλακτικές δυνατότητες και πιθανές καινοτόμες ροές εσόδων	διακρίνει το τρέχον τμήμα των ροών εσόδων προκειμένου να εφαρμοστεί δημιουργική σκέψη για το σχεδιασμό μελλοντικής στρατηγικής και να αριθμηθούν εναλλακτικές δυνατότητες και πιθανές καινοτόμες ροές εσόδων	εκτιμά και να αξιολογεί το τρέχον τμήμα ροών εσόδων, προκειμένου να εφαρμοστεί δημιουργική σκέψη για το σχεδιασμό μελλοντικής στρατηγικής και να αριθμηθούν εναλλακτικές δυνατότητες και πιθανές καινοτόμες ροές εσόδων
<b>7. Βασικοί Πόροι</b>	ορισμός βασικών πόρων	ορίζει τους κύριους πόρους	ερμηνεύει τον ορισμό των βασικών πόρων
	η σημασία των βασικών πόρων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	εξηγεί τη σημασία των βασικών πόρων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	αξιολογεί τη σημασία των βασικών πόρων σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο

	διαφορετικοί τύποι βασικών πόρων	αναπαριστά τους διαφορετικούς τύπους βασικών πόρων	χρησιμοποιεί τους διαφορετικούς τύπους βασικών πόρων
	δημιουργία πρότασης αξίας μέσω της χρήσης βασικών πόρων	αναγνωρίζει ποιοι βασικοί πόροι δημιουργούν την πρόταση αξίας	αξιολογεί ποιοι κύριοι πόροι δημιουργούν την πρόταση αξίας
<b>8. Βασικές Δραστηριότητες</b>	η έννοια των βασικών δραστηριοτήτων	καθορίζει την έννοια των βασικών δραστηριοτήτων στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου	ερμηνεύει την έννοια των βασικών δραστηριοτήτων στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου
	οι σημαντικότερες βασικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης	απαριθμεί τις σημαντικότερες βασικές δραστηριότητες μέσα σε μια επιχείρηση	ελέγχει τις σημαντικότερες βασικές δραστηριότητες μέσα σε μια επιχείρηση
	οι σχετικές βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων και των σκοπών μιας επιχείρησης	απαριθμεί τις σχετικές βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων και των σκοπών μιας επιχείρησης	χρησιμοποιεί τις σχετικές βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων και των σκοπών μιας επιχείρησης
	αξία των βασικών δραστηριοτήτων στον καθορισμό της πρότασης αξίας	απεικονίζει την αξία των βασικών δραστηριοτήτων στον καθορισμό της πρότασης αξίας	αξιολογεί την αξία των βασικών δραστηριοτήτων στον καθορισμό της πρότασης αξίας
	σχέση μεταξύ των βασικών δραστηριοτήτων και της πρότασης αξίας μιας επιχείρησης	αναλύει τη σχέση μεταξύ των βασικών δραστηριοτήτων και της πρότασης αξίας μιας επιχείρησης	διακρίνει τη σχέση μεταξύ των βασικών δραστηριοτήτων και της πρότασης αξίας μιας επιχείρησης
	ορισμένες βασικές δραστηριότητες, σύμφωνα με την πρόταση αξίας	προσδιορίζει ορισμένες βασικές δραστηριότητες, σύμφωνα με την πρόταση αξίας	επικεντρώνεται μόνο σε ορισμένες βασικές δραστηριότητες, σύμφωνα με την πρόταση αξίας
<b>9. Βασικοί Συνεργάτες</b>	η έννοια των βασικών συνεργατών	καθορίζει την έννοια των βασικών συνεργατών	ερμηνεύει την έννοια των βασικών συνεργατών
	κύριες συμφωνίες εταιρικής σχέσης με αντίστοιχα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα	απαριθμεί τις κύριες συμφωνίες εταιρικής σχέσης με αντίστοιχα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα	ενημερώνει για τις κύριες συμφωνίες εταιρικής σχέσης με αντίστοιχα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα
	υποστήριξη βασικών συνεργατών στις δραστηριότητες των δικών τους εταιρειών/επιχειρήσεων	προσδιορίζει τους βασικούς συνεργάτες για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων σε δικές του εταιρείες/επιχειρήσεις	αξιολογεί την υποστήριξη των βασικών συνεργατών στις δραστηριότητες των δικών του εταιρειών/επιχειρήσεων

	η σημασία των βασικών συνεργατών για την ικανοποίηση των πελατειακών αναγκών	αναπαριστά τη σημασία των βασικών συνεργατών για την ικανοποίηση των πελατειακών αναγκών	αναλύει τη σημασία των βασικών συνεργατών για την ικανοποίηση των πελατειακών αναγκών
	σχέση μεταξύ συνεργατών για τη δημιουργία κοινής αξίας	εξηγεί τη σχέση μεταξύ συνεργατών για τη δημιουργία κοινής αξίας	επιβεβαιώνει τη σχέση μεταξύ συνεργατών για τη δημιουργία κοινής αξίας
	ο ρόλος των βασικών συνεργατών	περιγράφει το ρόλο των βασικών συνεργατών	αναλύει το ρόλο των βασικών συνεργατών
	μείωση ανεπαρκειών μέσω των συνεργατών	προσδιορίζει τους καταλληλότερους συνεργάτες για να μειωθούν οι δικές του ανεπάρκειες	επιλέγει τους καταλληλότερους συνεργάτες για να μειωθούν οι δικές του ανεπάρκειες
	προϋποθέσεις για μια συμφωνία προκειμένου να επιτευχθεί το όφελος της εταιρείας	αναγνωρίζει τις προϋποθέσεις μιας συμφωνίας από την οποία η εταιρεία θα ωφεληθεί	καθορίζει τις προϋποθέσεις μιας συμφωνίας από την οποία η εταιρεία θα ωφεληθεί
<b>10. Διάρθρωση Κόστους</b>	ορισμός και παραδείγματα μεταβλητού κόστους	καθορίζει και να δίνει παραδείγματα μεταβλητού κόστους	ερμηνεύει τον ορισμό και τα παραδείγματα μεταβλητού κόστους
	ορισμός και παραδείγματα σταθερού κόστους	καθορίζει και να δίνει παραδείγματα σταθερού κόστους	ερμηνεύει τον ορισμό και τα παραδείγματα σταθερού κόστους
	διαφορά μεταξύ μεταβλητού και σταθερού κόστους	απεικονίζει τη διαφορά μεταξύ μεταβλητού και σταθερού κόστους	εξετάζει τη διαφορά μεταξύ μεταβλητού και σταθερού κόστους
	υπολογισμός μεταβλητού κόστους	περιγράφει τον υπολογισμό του μεταβλητού κόστους	υπολογίζει το μεταβλητό κόστος
	υπολογισμός σταθερού κόστους	περιγράφει τον υπολογισμό του σταθερού κόστους	υπολογίζει το σταθερό κόστος
	βελτιστοποίηση κόστους στην εταιρεία	αναλύει τη βελτιστοποίηση του κόστους στην εταιρεία	βελτιστοποιεί το κόστος στην εταιρεία
<b>11. Ιδιότητα του Πολίτη και Επαγγελματικές Αξίες</b>	η έννοια της ιδιότητας του πολίτη και των επαγγελματικών αξιών	αναλύει την έννοια της ιδιότητας του πολίτη και των επαγγελματικών αξιών	εξετάζει την έννοια της ιδιότητας του πολίτη και τις επαγγελματικές αξιών
	η επιχείρηση ως κοινωνική και πολιτική δέσμευση	τονίζει ότι μια επιχείρηση δεν είναι μόνο οικονομική, αλλά και κοινωνική και πολιτική δέσμευση	διακρίνει ότι μια επιχείρηση δεν είναι μόνο οικονομική, αλλά και κοινωνική και πολιτική δέσμευση



	η σημασία της ιδιότητας του πολίτη και των επαγγελματικών αξιών σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	απεικονίζει τη σημασία της ιδιότητας του πολίτη και των επαγγελματικών αξιών σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο	αξιολογεί τη σημασία της ιδιότητας του πολίτη και των επαγγελματικών αξιών σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο
	τα οφέλη της υιοθέτησης ιδιότητας του πολίτη και επαγγελματικών αξιών σε άλλα τμήματα του επιχειρηματικού μοντέλου	απαριθμεί τα οφέλη της υιοθέτησης ιδιότητας του πολίτη και επαγγελματικών αξιών σε άλλα τμήματα του επιχειρηματικού μοντέλου	εφαρμόζει τα οφέλη της υιοθέτησης ιδιότητας του πολίτη και επαγγελματικών αξιών σε άλλα τμήματα του επιχειρηματικού μοντέλου