Αριθμός Εισερχομένου εγγράφου …………

Ημερομηνία ………….

*(Τα στοιχεία αυτά συμπληρώνονται από το Κ.Δ.Β.Μ.)*

# ΑΙΤΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

***για το πρόγραμμα κατάρτισης με τίτλο:***

# «Certified Export Trade Food»

ΠΡΟΣ : Κ.Δ.Β.Μ. Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Προσωπικά στοιχεία**   Επώνυμο :………………………………….………………..  Όνομα :…………………………..………………………….  Όνομα πατρός : .………….……………………………..  Όνομα μητρός:…………………………………………….  Ημ/νία Γέννησης :…………………………………………  Α.Φ.Μ :………………………………………………………..  Δ.Ο.Υ :……………………………………………………….  Α.Μ.ΙΚΑ :…………………………………………………….  Α.Μ.Κ.Α :……………………………………………………..  Ασφαλισμένος πριν το 1993  μετά το 1993    1. **Στοιχεία Επικοινωνίας**   Οδός & αριθμός :………………………………………….  Πόλη :…………………………….……………………………  Τ.Κ.:…………………………………………………………….  Τηλέφωνο οικίας : …….…………………………………  Τηλέφωνο εργασίας : ………………………………….  Κινητό :……………………….………………………………  Ε-mail : ………………………………………………………   1. **Ειδικότητα**   Πτυχίο:…………………………………………………………..  Μεταπτυχιακές σπουδές:………………………………………………………..  Διδακτορικό : …………………………………………………  Αρ. Μητρώου ΕΟΠΠΕΠ: ………..  Κωδικοί ΣΤΕΠ: | Συνημμένα καταθέτω τα παρακάτω απαιτούμενα δικαιολογητικά για τη συμμετοχή μου στην πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος\*\* :   1. Βεβαίωση Πιστοποίησης ΕΟΠΠΕΠ 2. Βιογραφικό 3. Πτυχίο - Μεταπτυχιακό 4. Βεβαιώσεις προϋπηρεσίας   \*\*Σε περίπτωση που έχετε υποβάλλει αίτηση κατά το προηγούμενο έτος (2018) απαιτούνται μόνο τα δικαιολογητικά 1, 2 και 3 συνοδευόμενα από Υπεύθυνη Δήλωση όπου θα βεβαιώνεται η υποβολή το 2018.  Ο Αιτών / Η Αιτούσα  Ονοματεπώνυμο, υπογραφή |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Εκπαιδευτικές ενότητες** | **Περιεχόμενα Ενότητας** | **Ώρες θεωρίας** | **Ειδικότητα Εκπαιδευτή** | **ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕ ** |
| ΚΛΑΣΣΙΚΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 1.1. Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ  1.2. Αρχές ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ  1.3. Ηλεκτρονικά εργαλεία marketing (Google SEO, SERP κ.α.) | 4 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 2.1. Σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον εξαγωγικών εμπορικών επιχειρήσεων.  2.2. Υφιστάμενη κατάσταση σε εθνικό & επίπεδο διεθνούς εμπορίου  2.3. Προβλήματα και προοπτικές | 4 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ MARKETING | 3.1. H έννοια & το περιεχόμενο του marketing  3.1.1. Marketing Mix  3.1.2. Υπηρεσίες σχεδιασμού συσκευασίας και ετικέτας  3.1.3. Προώθηση και προβολή προϊόντος  3.1.4. Ανάλυση περιβάλλοντος  3.1.5. Τάσεις αγοράς & εκμετάλλευση ευκαιριών  3.1.6. Διαμόρφωση ανταγωνιστικής τιμής πώλησης  3.1.7. Τμηματοποίηση της αγοράς  3.1.8. Επιλογή αγοράς στόχου.  3.1.9. Χαρακτηριστικά τμηματοποίησης πελατών  3.1.10. Επικοινωνία με πελάτες .  3.1.11. Τύποι πελατών Κριτήρια αγοράς ανά κατηγορία  3.1.12. Εκπόνηση προγραμμάτων International Marketing,  3.2. Στόχευση – Positioning - Προσέγγιση κοινού-στόχου  3.2.1. Τμηματοποίηση κοινού-στόχου.  3.2.2. Επιλογή αγοράς στόχου.  3.2.3. Χαρακτηριστικά τμηματοποίησης πελατών μας.  3.2.4. Τύποι πελατών & συμπεριφορά  3.2.5. Κριτήρια αγοράς ανά κατηγορία. | 12 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ MARKETING ΣΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 4.1. Εισαγωγή , φιλοσοφία, Προβλήματα & κίνδυνοι του διεθνούς εμπορίου  4.1.1. Εισαγωγή , φιλοσοφία, Προβλήματα & κίνδυνοι του διεθνούς εμπορίου  4.1.2. Τακτικές διείσδυσης σε ξένες αγορές  4.1.3. Πολιτική & σχεδιασμός διοίκησης δικτύου διανομής σε ξένες χώρες  4.2. Έρευνα αγοράς Μarketing  4.2.1. Διερεύνηση ξένης αγοράς & σχέδιο έρευνας  4.2.2. Μέθοδοι για την επιτυχημένη Έρευνα αγοράς  4.2.3. Προϊοντική έρευνα αγοράς στις αγορές στόχους  4.2.4. Σύνταξη ερωτηματολόγιου.  4.2.5. Τεχνικές συνεντεύξεων- δειγματοληψία.  4.2.6. Σύνταξη μελέτης & προγραμματισμός  4.2.7. Γραφεία ερευνών  4.3. Στρατηγικές ανάπτυξης προϊόντων για εξαγωγές  4.3.1. Διεθνής κύκλος ζωής των προϊόντων  4.3.2. Προσαρμογή των προϊόντων στις διεθνείς αγορές  4.3.3. Ανάπτυξη νέων προϊόντων & καθιέρωση brand name.  4.3.4. Branding και re-branding των προϊόντων  4.3.5. Στρατηγική, στόχοι, & σχεδιασμός διαφημιστικής καμπάνιας  4.3.6. Η συσκευασία των εξαγώγιμων προϊόντων | 12 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ | 5.1. Χρηματοδότηση εξαγωγών  5.1.1. Δασμοί & όροι του διεθνούς εμπορίου  5.1.2. Συναλλαγματικές διαδικασίες εισαγωγών εξαγωγών  5.1.3. Συναλλαγματικοί κίνδυνοι - έλεγχος  5.1.4. Χρηματοδοτική μίσθωση leasing  5.1.5. Εξαγωγικές πιστώσεις, factoring | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΟΡΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ & ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ | 6.1. Ομοιόμορφοι κανόνες διεθνούς εμπορίου  6.1.1. Συνήθεις τρόποι πληρωμής  6.1.2. Αξίες προς είσπραξη - Κατηγορίες αξιών  6.1.3. Ενέγγυες πιστώσεις [letters of credit ]  6.1.4. Τριγωνικές διεθνείς συναλλαγές  6.1.5. Barder Agreements  6.1.6. Τα φορτωτικά έγγραφα & η σημασία τους στις διεθνείς συναλλαγές | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ & ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ | 7.1. Διαδικασίες & τρόποι μεταφοράς εμπορευμάτων  7.1.1. Διεθνείς μέθοδοι & κανόνες μεταφοράς & διακίνησης εμπορευμάτων  7.2. Διαδικασίες πιστοποίησης και συμμόρφωσης προϊόντων  7.3. Ασφάλεια εξαγωγικών πιστώσεων  7.3.1. Έλεγχος φερεγγυότητας πελατών εξωτερικού  7.3.2. Η έννοια της συσκευασίας στις μεταφορές  7.3.3. Όροι Παράδοσης INCOTERMS  7.3.4. Όροι παράδοσης εμπορευμάτων  7.3.5. δημιουργία συμβατικής σχέσης αγοραστή πωλητή | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ & ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΑ ΘΕΜΑΤΑ | 8.1. Αρχές εφαρμογής τελωνειακών καθεστώτων  8.1.1. Τελωνειακά καθεστώτα απόθεσης  8.1.2. Τελωνειακά καθεστώτα αναμονής  8.1.3. Τελωνειακά καθεστώτα παραδοσιακά  8.1.4. Τελωνειακά καθεστώτα με προσωρινή ατέλεια  8.1.5. Ηλεκτρονικό τελωνείο  8.1.6. Ποινές, μετατροπές , ακυρώσεις  8.1.7. Τριγωνικές συναλλαγές , έλεγχοι |  | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ MARKETING & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ | 9.1. Διεθνείς οργανισμοί εμπορικών εκθέσεων  9.2. Εκδηλώσεις τύπου paternariat  9.3. Επιχειρηματικές αποστολές  9.4. Παράλληλα συνεδρία σε εμπορική έκθεση  9.5. Τυπολογία & πλεονεκτήματα εμπορικών εκθέσεων  9.6. Δευτερογενή & τριτογενή οφέλη  9.7. Επιλογή κατάλληλης έκθεσης | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ | 10.1. Οργάνωση & διαδικασία συμμετοχής σε έκθεση  10.2. Συμμετοχή σε ομαδικά προγράμματα προβολής και προώθησης προϊόντων  10.2.1. Διοργάνωση ημερίδων παρουσίασης προϊόντων  10.3. Εκπαίδευση ομάδας συνεργατών σε εκθεσιακό περιβάλλον  10.4. Η εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης στην εμπορική έκθεση  10.5. Δημόσιες σχέσεις στις εκθέσεις  10.6. Follow up, απολογισμός & αξιολόγηση των εκθέσεων | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ | 11.1. Η εταιρική ταυτότητα της εξαγωγικής εταιρείας Η δημιουργία εικόνας στις ξένες αγορές  11.2. Επικοινωνία & δημόσιες σχέσεις της εξαγωγικής επιχείρησης  11.3. Η δεοντολογία, οι κανόνες & η εθιμοτυπία της διαπολιτισμικής επικοινωνίας | 6 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ | 12.1. Οργανισμοί & φορείς εξωτερικού εμπορίου  12.2. Συμμετοχή σε διεθνείς διαγωνισμούς  12.3. Διαπραγματεύσεις με ξένους αγοραστές | 6 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 13.1. Διαδικτυακής πύλης προβολής προϊόντων,  13.2. Ανάπτυξη προγραμμάτων προβολής προϊόντων στο εξωτερικό με τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης  13.3. Καταχωρήσεις και διαφημίσεις σε δημοφιλείς ιστότοπους του εσωτερικού και του εξωτερικού, που σχετίζονται με την προβολή και παρουσίαση προϊόντων  13.4. Γνώση δημιουργίας ηλεκτρονικής πλατφόρμας ομοειδών ή/και συμπληρωματικών προϊόντων, για συγκεκριμένη αγορά στόχο,  13.5. Συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς  13.6. Παρακολούθηση των εξελίξεων σε διεθνείς αγορές και κλάδους  13.7. Γνώση λειτουργίας εργαστηρίων και τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης για την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, με διεθνή προσανατολισμό | 8 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΞΕΥΡΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 14.1 Τεχνικές έρευσης εργασίας | 4 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ - ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΟΣ |  |
| ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΡΓΑΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ | 15.1 Βασικές αρχές εργατικού δικαίου | 4 | ΝΟΜΙΚΟΣ |  |
| ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ | 16.1 Υγιεινή και ασφάλεια στην επιχείρηση | 4 | ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ – ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ |  |
| ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 17.1 Βασικές αρχές λειτουργίας επιχειρήσεων | 4 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |  |
| ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΑΡΧΗΣ ΤΗΣ ΜΗ ΔΙΑΚΡΙΗΣΗΣ | 18.1 Εφαρμογή της αχρής της μη διάκρισης | 4 | ΝΟΜΙΚΟΣ |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ΕΠΙΘΕΤΟ |  | ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ |  |
| ΟΝΟΜΑ |  | ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ ΣΕ ΕΤΗ |  |
| ΟΝΟΜΑ ΠΑΤΕΡΑ |  | ΒΑΣΙΚΟΣ ΦΟΡΕΑΣ  ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ | * ΔΗΜΟΣΙΟ * ΟΑΕΕ * ΤΣΜΕΔΕ * ΙΚΑ |
| ΟΝΟΜΑ ΜΗΤΕΡΑΣ |  | ΕΚΠΑΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ | * ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ * ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ * ΑΕΙ * ΤΕΙ * ΙΕΚ * ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ |
| ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΓΕΝΝΗΣΗΣ |  | ΙΒΑΝ |  |
| ΑΔΤ |  | ΤΡΑΠΕΖΑ |  |
| ΑΦΜ |  | |  |
| ΑΜΚΑ |  | |
| ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ  ΙΚΑ ( υποχρεωτικός εκτός Δημοσίου) |  | |
| ΕΓΓΑΜΟΣ /ΑΓΑΜΟΣ |  | |

Τα μαθήματα θα είναι διάρκειας 4 (διδακτικών) ωρών και θα πραγματοποιούνται και απογευματινές ώρες (ΔΕΥΤΕΡΑ, ΤΕΤΑΡΤΗ, ΣΑΒΒΑΤΟ) στη στην κεντρική δομή του Κ.Δ.Β.Μ. στην οδό Τέρμα Ομονοίας. Το πρόγραμμα προβλέπεται να υλοποιηθεί μεταξύ των μηνών Απριλίου, Μαίου και Ιουνίου.Παρακαλώ επιλέξτε τις μέρες που ***δεν μπορείτε*** να διδάξετε.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Δ |  | Τ |  | Σ | Δ |  | Τ |  | Σ | Δ |  | Τ |  | Σ |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ΑΠΟΓ. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |