

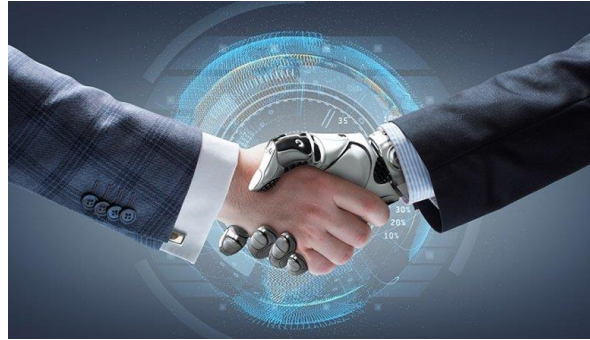
1^η ΓΡΑΠΤΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σχετικά με την 1^η Γραπτή Εργασία:

- Τα τέσσερα θέματα είναι **υποχρεωτικά** και αναφέρονται στα **Κεφάλαια 1 και 2 του Α' τόμου**.
- Καταληκτική ημερομηνία υποβολής των εργασιών: **Τρίτη 14 Νοεμβρίου 2023 (ώρα 23:59)**. Η πλατφόρμα κλείνει οριστικά στις 14/11/2023 (23:59) και μετά από αυτή την ημερομηνία η ανάρτηση της εργασίας θα είναι δυνατή μόνο μετά από έγκριση από το Συντονιστή. Η έγκριση για παράταση θα δοθεί μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις, εφόσον η αίτηση εκ μέρους του φοιτητή/της φοιτήτριας κατατεθεί πριν από την Παρασκευή 10/11/2023.
- Η Γραπτή Εργασία πρέπει να υποβληθεί μέσω του study.eap.gr. Η πλατφόρμα θα ανοίξει στις **08/11/2023**. Σας συστήνουμε να μην περιμένετε να αναρτήσετε την εργασία σας την τελευταία στιγμή, διότι ενδέχεται η πλατφόρμα να είναι αργή.
- Η Γραπτή Εργασία - περιλαμβανομένων και των βιβλιογραφικών αναφορών - δεν πρέπει να υπερβαίνει τις **2.500 λέξεις**. Το όριο των 2.500 λέξεων είναι σημαντικό, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι πρέπει οπωσδήποτε η εργασία σας να είναι ακριβώς 2.500 λέξεις. Ξεπερνώντας σημαντικά το όριο των 2.500 λέξεων διατρέχετε τον κίνδυνο να «τιμωρηθείτε» με αφαίρεση βαθμού ή βαθμών ενώ ταυτόχρονα, γράφοντας περισσότερα από όσα χρειάζεται, διακινδυνεύετε να βγείτε εκτός θέματος.
- Το αρχείο της Γραπτής Εργασίας πρέπει να είναι σε MS Word (doc ή docx). Παρακαλούμε να χρησιμοποιήσετε γραμματοσειρά Arial μεγέθους 11 ή Times New Roman μεγέθους 12 και διάστημα μεταξύ των γραμμών κατά προτίμηση 1,5.
- Οδηγίες για τον τρόπο ονομασίας του αρχείου υπάρχουν μετά την εκφώνηση των θεμάτων. **Η πιστή τήρηση των οδηγιών αυτών είναι υποχρεωτική.**
- **Δεν πρέπει** να επαναλαμβάνετε τις εκφωνήσεις των θεμάτων της γραπτής εργασίας.
- Σας ενημερώνουμε ότι οι εργασίες ελέγχονται αυτόματα μέσω της υπηρεσίας Turnitin για τον εντοπισμό περιπτώσεων αντιγραφής/λογοκλοπής. Στην περίπτωση που σε κάποια εργασία εντοπιστεί αντιγραφή/λογοκλοπή, ολική ή έστω και μερική (δηλαδή έστω σε ένα ερώτημα), αυτόματα η εν λόγω εργασία θα μηδενιστεί.

ΘΕΜΑ 1^ο**(2 μονάδες)**

Τα τελευταία χρόνια έχουμε γίνει μάρτυρες μιας τεράστιας τεχνολογικής επανάστασης, που σχετίζεται με την Τεχνητή Νοημοσύνη. Η συγκεκριμένη τεχνολογία έχει, πλέον, γίνει πρoσβάσιμη σε όλους. Σκεφτείτε μία μικρομεσαία οικογενειακή επιχείρηση που φτιάχνει μπισκότα, σοκολάτες και άλλα γλυκίσματα. Η επιχείρηση διανέμει τα προϊόντα της τόσο μέσω του λιανεμπορίου όσο και μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος που διαθέτει (e-shop).

**Ερωτήσεις:**

- 1.1 (1 μονάδα)** Θεωρείτε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να φανεί χρήσιμο εργαλείο για μία μικρομεσαία επιχείρηση και γιατί;
- 1.2 (1 μονάδα)** Περιγράψτε τρεις (3) τρόπους με τους οποίους η συγκεκριμένη επιχείρηση θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει την Τεχνητή Νοημοσύνη στο πεδίο των ηλεκτρονικών πωλήσεων (e-shop).

Υπόδειξη: Στην ενότητα 1.4. υπάρχει αναφορά στις νέες τεχνολογίες. Για την συγκεκριμένη τεχνολογία οι φοιτητές θα πρέπει να αναζητήσουν πηγές από το διαδίκτυο.

ΘΕΜΑ 2^ο**(3 μονάδες)**

Η BlackBerry ήταν μια από τις πιο γνωστές εταιρείες στον κλάδο της κινητής τηλεφωνίας. Στις αρχές του 21^{ου} αιώνα, η επωνυμία της ήταν συνδεδεμένη με την επιχειρησιακή διασυνδεσιμότητα. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της BlackBerry αφορούσε στην υποστήριξη mobile εφαρμογών, όπως το email, τα γραπτά μηνύματα, η επεξεργασία αρχείων και η περιαγωγή. Επιπρόσθετο στοιχείο, που αύξησε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας, ήταν ο σχεδιασμός των κινητών της, τα οποία παρομοιάστηκαν σαν «μικρά βατόμουρα με κουμπιά». Η BlackBerry ήταν η εταιρεία που εμπιστεύονταν περισσότερο οι πελάτες για την ασφάλεια των υπηρεσιών που τους παρείχε και την υψηλή χρηστικότητα των συσκευών της, ειδικά των επαγγελματιών πελατών της. Η εταιρεία διαθέτει 44.000 διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα οποία χαρακτηρίζονται για τα υψηλά επίπεδα ασφάλειας και τις ασύρματες τεχνολογίες που διαθέτουν. Καμιά άλλη εταιρεία του κλάδου δεν κατάφερε να τα αποκτήσει.



Τα πρώτα σύννεφα στην πορεία της εταιρείας εμφανίστηκαν το 2014. Οι πελάτες της εταιρείας μειώθηκαν από 85 εκατομμύρια το 2013 σε 46 εκατομμύρια το 2014. Ένας λόγος της μείωσης των πελατών αποτελούσε η χρήση του πληκτρολογίου QWERTY. Οι χρήστες προτιμούσαν πληκτρολόγια και οθόνες αφής, όπως αυτά που είχαν τα κινητά τηλέφωνα της Apple καθώς και όσα διέθεταν λειτουργικό σύστημα Android. Ένας ακόμη λόγος, που συνέβαλε στη μείωση των πελατών της εταιρείας, ήταν η μείωση των ενεργειών του τμήματος marketing από το 2011 και μετά, όπου η εταιρεία είχε σημειώσει τις περισσότερες πωλήσεις κινητών τηλεφώνων. Συγκεκριμένα, το 2015 η εταιρεία δυσκολεύθηκε να προωθήσει το μοντέλο PRIV, ένα κινητό τηλέφωνο που διέθετε υψηλά επίπεδα ασφάλειας, λόγω του ανταγωνισμού από αντίστοιχα

κινητά τηλέφωνα που διέθεταν το λειτουργικό σύστημα Android. Τέλος, το 2011 η BlackBerry αντιμετώπισε ένα σοβαρό πρόβλημα με την ασφάλεια του λογισμικού της, γεγονός που οδήγησε σε σοβαρό πλήγμα στη φήμη της, καθώς έως τότε ήταν η εταιρεία με τα πιο ασφαλή δίκτυα επικοινωνίας στον κλάδο της.

Το μερίδιο αγοράς της BlackBerry συνέχισε να μειώνεται λόγω του έντονου ανταγωνισμού που δέχεται από τις Apple, Samsung και Google. Οι εταιρείες αυτές έχουν επενδύσει σε νέες τεχνολογίες, έχουν αναπτύξει πετυχημένα σχέδια marketing και έχουν αποκτήσει πιστούς πελάτες. Έχουν την ικανότητα να αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα επενδύοντας σε αναδυόμενες τεχνολογίες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες των πελατών. Επίσης, οι εταιρείες του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας αναζητούν συνεργασίες με προμηθευτές, προχωρούν σε εξαγορές εταιρειών και συνεργατική ανάπτυξη προϊόντων με ανταγωνιστές, προκειμένου να αυξήσουν τα επίπεδα καινοτομίας των προϊόντων τους, να προσφέρουν μεγαλύτερη αξία στους πελάτες τους και να δημιουργήσουν εμπόδια στις νεοεισερχόμενες εταιρείες του κλάδου. Τη στρατηγική αυτή ακολουθούν οι περισσότερες εταιρείες του κλάδου, προκειμένου να αυξήσουν τα μερίδια αγοράς τους.

Η αγορά της κινητής τηλεφωνίας χαρακτηρίζεται από συνεχείς καινοτομίες και επενδύσεις των εταιρειών σε αναδυόμενες τεχνολογίες. Η BlackBerry πρέπει να επενδύσει σε νέες τεχνολογίες, προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική και να ανακτήσει το χαμένο μερίδιο αγοράς της. Επομένως, το κρίσιμο ερώτημα για τα στρατηγικά στελέχη της εταιρείας, λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση του εξωτερικού και εσωτερικού της περιβάλλοντος, είναι η ανάδειξη των στρατηγικών που θα μπορούσαν να οδηγήσουν την BlackBerry στην ανάκτηση του μεριδίου αγοράς της.

Ερωτήσεις:

2.1 (2 μονάδες)

Είστε υψηλόβαθμο στέλεχος στην BlackBerry. Το Διοικητικό Συμβούλιο σας αναθέτει να αναπτύξετε μια ανάλυση SWOT για την εταιρεία. Για την εν λόγω ανάλυση χρησιμοποιείτε τουλάχιστον πέντε (5) στοιχεία για κάθε ένα από τα τέσσερα (4) σημεία της ανάλυσης SWOT.

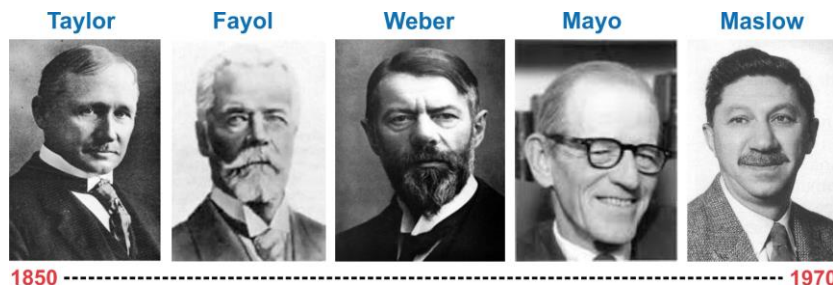
2.2 (1 μονάδα)

Θεωρείτε ότι η επένδυση σε νέες τεχνολογίες θα προσφέρει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που ψάχνει η εταιρεία, προκειμένου να ανακτήσει το χαμένο μερίδιο αγοράς; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.

ΘΕΜΑ 3^ο

(2 μονάδες)

Στην εποχή της ψηφιακής επανάστασης, η τηλεργασία έχει εξελιχθεί από μια απλή εναλλακτική λύση σε ένα κεντρικό στοιχείο του σύγχρονου επαγγελματικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα στις εταιρείες marketing, όπου η ψηφιακή παρουσία



και επικοινωνία είναι κρίσιμης σημασίας. Στις συγκεκριμένες εταιρείες το κάθε στέλεχος αναλαμβάνει την υποστήριξη ενός συγκεκριμένου αριθμού πελατών, πράγμα που σημαίνει ότι επικοινωνεί μαζί τους, αναλύει τις ανάγκες τους, διαμορφώνει σε συνεργασία μαζί με τον κάθε πελάτη ένα σχέδιο marketing και παρακολουθεί την πορεία του σχεδίου και, αν κριθεί αναγκαίο, προχωράει σε τροποποιήσεις, κ.λπ. Με άλλα λόγια το στέλεχος αποτελεί το μοναδικό σημείο επαφής με τον πελάτη. Ωστόσο, η αυξανόμενη υιοθέτηση της τηλεργασίας σε αυτές τις

εταιρείες φέρνει μαζί της ένα σύνολο προκλήσεων. Από τη σκοπιά της Διοίκησης, οι προκλήσεις αυτές μπορούν να αναλυθούν μέσω διάφορων σχολών σκέψης.

Ερώτηση (2 μονάδες):

Αν υποθέσουμε ότι οι θεωρίες της διοίκησης των Taylor, Fayol και Weber αναπτύσσονταν σήμερα και γνωρίζοντας τη διείσδυση της τηλεργασίας, ποιες διαφοροποιήσεις για κάθε θεωρία εκτιμάτε ότι θα υπήρχαν (αν υπήρχαν) και γιατί; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.

Υπόδειξη: Αναπτύξτε την απάντησή σας σε μορφή πίνακα με δύο στήλες. Αριστερά τοποθετείτε τη θεωρία και στη δεξιά στήλη αναπτύξτε σε μορφή λίστας (1,2,3, κ.λπ.) τις διαφοροποιήσεις που θεωρείτε κατάλληλες για κάθε κεντρικό σημείο της θεωρίας και τεκμηριώστε συνοπτικά την απάντησή σας, δηλαδή: «περιγραφή της διαφοροποίησης» και «τεκμηρίωση».

ΘΕΜΑ 4^ο

(3 μονάδες)

Η Skrutz, με έδρα την Αθήνα, είναι μια διακεκριμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου (e-marketplace), φιλοξενώντας πάνω από 6 εκατομμύρια προϊόντα από περισσότερα από 9.000 καταστήματα. Με ένα εκτεταμένο δίκτυο συνεργαζόμενων εμπόρων, επιτρέπει ακόμη και σε εκείνους που δεν έχουν ηλεκτρονικά καταστήματα να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε ολόκληρη την Ελλάδα, καθιστώντας την κεντρικό παίκτη στο οικοσύστημα του ελληνικού ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πλατφόρμα αναφέρεται συχνά ως το «ελληνικό Amazon», ειδικά με την πρόσφατη επέκτασή της στην Ευρωζώνη, επιτρέποντας την αποστολή των προϊόντων που αγοράζονται από το Skrutz Marketplace σε 18 νέες χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας, της Ισπανίας και άλλων.



Το επιχειρηματικό μοντέλο της Skrutz είναι ιδιαίτερα επιτυχημένο και οι σχετικές αποφάσεις που λαμβάνονται από την εταιρεία στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στη χρήση νέων τεχνολογιών, όπως για παράδειγμα τα Μεγάλα Δεδομένα (Big Data) και η Επιχειρησιακή Αναλυτική (Business Analytics). Η Επιχειρησιακή Αναλυτική είναι η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων μιας επιχείρησης για την απόκτηση πληροφοριών, τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων και την αύξηση των εσόδων, της παραγωγικότητας και της λειτουργικής αποτελεσματικότητας. Συγκεκριμένα, η εταιρεία προσφέρει στους συνεργαζόμενους προμηθευτές την υπηρεσία «Skrutz Analytics». Η εν λόγω υπηρεσία βοηθάει τους προμηθευτές να μετρούν τις πωλήσεις τους και την απόδοση του ηλεκτρονικού καταστήματός τους μέσω του Skrutz, εξάγοντας χρήσιμα στατιστικά σε πραγματικό χρόνο. Επίσης, η Skrutz πρόσφατα αποφάσισε να εφαρμόσει το σύστημα εφοδιαστικής αλυσίδας «Fulfilled by Skrutz», προσφέροντας αποθήκευση, διαχείριση αποθεμάτων, προετοιμασία παραγγελιών και συσκευασία προϊόντων με βάση τις προτιμήσεις των πελατών, συμπεριλαμβανομένων και των επιστροφών. Σε μια προσπάθεια να ανταγωνιστεί τα μεγάλα διαδικτυακά καταστήματα λιανικής πώλησης, όπως την Amazon, που προσφέρουν δωρεάν αποστολή, η Skrutz αποφάσισε να εισαγάγει το πρόγραμμα επιβράβευσης «Skrutz Plus». Τα μέλη αυτού του προγράμματος απολαμβάνουν δωρεάν αποστολή, με τα σημερινά μέλη να ανέρχονται σε 110.000. Επιπλέον, η εταιρεία αποφάσισε να αναπτύξει την πρωτοβουλία «Skrutz Points», ένα δίκτυο έξυπνων θυρίδων που τοποθετούνται σε διαφορετικές τοποθεσίες, επιτρέποντας ευέλικτες παραλαβές προϊόντων για τους πελάτες. Στόχος της είναι να διαθέτει 1.000 θυρίδες στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη εντός του επόμενου έτους. Τέλος, η υπηρεσία «Skrutz Last Mile» διευκολύνει

τις παραδόσεις από τα ηλεκτρονικά καταστήματα σε αυτές τις θυρίδες στην Αθήνα, προσφέροντας μεγάλη ευκολία στους πελάτες αναφορικά με την παράδοση των αποστολών τους.

Ερωτήσεις:

- 4.1 (1 μονάδα)** Θεωρείτε ότι η απόφαση της Skrutz να αναπτύξει την πρωτοβουλία «Skrutz Points» είναι ένα δομημένο ή μη δομημένο πρόβλημα; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.
- 4.2 (2 μονάδες)** Περιγράψτε πώς η Skrutz μπορεί να χρησιμοποιήσει την Επιχειρησιακή Αναλυτική για να λαμβάνει καλύτερες αποφάσεις, αναφερόμενοι στον ορθολογισμό, τον περιορισμένο ορθολογισμό, τη διάισηση και τη διοίκηση βασισμένη σε στοιχεία.

Καλή επιτυχία !!!

Οδηγίες για την ονομασία του αρχείου της εργασίας:

Η ονομασία του αρχείου πρέπει να γίνει με λατινικούς χαρακτήρες ως εξής:

Κωδικός Τμήματος-Αριθμός Εργασίας-Αριθμός Μητρώου (AM)

Όσον αφορά τον κωδικό του κάθε τμήματος πρέπει να χρησιμοποιήσετε τα ακόλουθα (με λατινικούς χαρακτήρες): ELE41, ELE42, ... ELE72. **Παράδειγμα:** Η 1η ΓΕ φοιτήτριας από το τμήμα ΗΛΕ46 και AM 123456 θα έχει όνομα αρχείου:

ELE46-1-123456.

Άλλες χρήσιμες οδηγίες:

1. Δίνουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στο θέμα της αντιγραφής. Η αντιγραφή δεν επιτρέπεται, είτε από πηγές του INTERNET, είτε από άλλους φοιτητές της ΔΕΟ11 ή του Ε.Α.Π. ή και άλλων Πανεπιστημίων. Παράγραφοι ή λήμματα από βιβλία πρέπει να επισημαίνονται με παράθεση των πηγών μέσα στο κείμενο αλλά και στη βιβλιογραφία. **Υπενθυμίζουμε ότι σε περίπτωση που εντοπισθεί αντιγραφή, έστω και μερική, το γραπτό σας θα μηδενιστεί.** Για το θέμα αυτό έχουμε ετοιμάσει σχετικό κείμενο που έχει αναρτηθεί στο Portal <http://study.eap.gr> (βλ. "Χρήσιμα Αρχεία > Πρόληψη και Αποφυγή Λογοκλοπής"). Τέλος, εάν έχετε οποιαδήποτε αμφιβολία ή απορία, ρωτήστε τον Σύμβουλο Καθηγητή σας.
2. Οι απαντήσεις πρέπει να είναι ευθείς, απλές και σαφείς. Πρέπει επίσης να είναι ευδιάκριτες, δηλαδή να αναφέρονται ξεκάθαρα στο συγκεκριμένο θέμα ή ερώτηση που τίθεται στην εργασία και να μην είναι ενοποιημένες για δύο ή περισσότερες ερωτήσεις μαζί. Φανταστείτε ότι πρέπει με πειστικά επιχειρήματα και λίγα λόγια να ενημερώσετε για το θέμα ένα ανώτερο διοικητικό στέλεχος.
3. Οι εργασίες πρέπει να είναι τεκμηριωμένες, επιμελημένες και ευανάγνωστες, ώστε να μην κουράζουν τον αναγνώστη.
4. Οι εργασίες πρέπει να περιέχουν όπου απαιτείται βιβλιογραφικές αναφορές τεκμηρίωσης των απαντήσεων, σύμφωνα με το σύστημα αναφοράς βιβλιογραφικών παραπομπών Harvard. Υπάρχει σχετικό υπόδειγμα στο Portal <http://study.eap.gr> (βλ. "Χρήσιμα Αρχεία > Παραπομπές στις Γραπτές Εργασίες") όπου δίνονται περισσότερα παραδείγματα. Στο τέλος της εργασίας, στην/στις τελευταία/ες σελίδα/ες, πρέπει να αναφέρεται ο κατάλογος της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνησή της.
5. Οι απαντήσεις στις γραπτές εργασίες δεν πρέπει να αποτελούν απλή και αβασάνιστη παράθεση ιδεών και απόψεων άλλων συγγραφέων, ούτε συρραφή κειμένων από διάφορα άρθρα ή κεφάλαια βιβλίων ή άλλων ηλεκτρονικών πηγών. Αντιθέτως οι απαντήσεις σας πρέπει να αποδεικνύουν ότι έχετε κατανοήσει πλήρως και σε βάθος όλα τα εξεταζόμενα θέματα και να απαντούν με βάση τις δικές σας γνώσεις, απόψεις και εμπειρίες που τεκμηριώνονται από αξιόπιστες βιβλιογραφικές αναφορές άλλων συγγραφέων/ερευνητών.
6. Συνοψίζοντας, μία καλή απάντηση αντανάκλα την πλήρη κατανόηση του θέματος και δεν αποτελεί μια συρραφή πληροφοριών. Συγκεκριμένα, η απάντηση σε κάθε θέμα πρέπει να:
 - επισημαίνει με σαφήνεια όλες τις πτυχές του ερωτήματος.
 - έχει ξεκάθαρη δομή και να στηρίζεται σε τεκμηριωμένα και λογικά επιχειρήματα. «Τεκμηριωμένα» σημαίνει ότι η απάντηση συνδέεται με το θεωρητικό υπόβαθρο και ότι, όπου έχουν χρησιμοποιηθεί βιβλιογραφικές **(συμπεριλαμβανομένων και των βιβλίων του ΕΑΠ)**, αυτές επισημαίνονται με σαφήνεια στο κείμενο της απάντησης, ενώ το «λογικά» σημαίνει ότι στην απάντηση τα συμπεράσματα εξάγονται ακολουθώντας συλλογιστικούς κανόνες.
 - εστιάζει στο ερώτημα και να μην πελαγοδρομεί παραθέτοντας στοιχεία που είναι ασύνδετα μεταξύ τους.
 - είναι απαλλαγμένη από ορθογραφικά και συντακτικά λάθη.
- παρουσιάζει τη βιβλιογραφία που έχει χρησιμοποιηθεί στο συγκεκριμένο σημείο του κειμένου που αναφέρεται.