

Project B3

Θέμα: Management στον αθλητισμό

Υπεύθυνη καθηγήτρια: Τότσικα Ελένη

Α Ομάδα

- Κωνσταντινίδης Στέφανος
- Ζαρκαδούλας Φώτης
- Κατοχιανός Παντελής
- Τάσσης Γιώργος

Γ Ομάδα

- Δεναξά Λυδία
- Κανούρη Σταυρούλα
- Γουζούαση Παναγιώτα
- Ζιώρης Γρηγόρης

Β Ομάδα

- Κωνσταντινίδης Αλέξανδρος
- Βασιλείου Δημήτρης
- Μερκούρη Κρίστι
- Κακούρης Γεράσιμος

Δ Ομάδα

- Φούρλας Γιάννης
- Παναγιώτου Γιώργος
- Ευαγγελόπουλος Χρήστος

A soccer ball is positioned in the lower center of the frame. Numerous US dollar bills are shown in various orientations, appearing to fall or float around the ball against a plain white background. The bills are scattered throughout the scene, creating a sense of motion and abundance.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Γιάννης Φούρλας

Γιώργος Παναγιώτου

Χρήστος Ευαγγελόπουλος

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Οικονομία είναι η κοινωνική επιστήμη που μελετά την παραγωγή, διανομή και κατανάλωση των αγαθών και υπηρεσιών.

Περιγράφει τη διαδικασία σε όρους ανταλλαγής μεταξύ ανταγωνιστικών επιλογών, όπως παρατηρείται μέσω μετρήσιμων ποσοτήτων όπως είναι οι εισροές, οι τιμές και οι εκροές.

ΠΕΔΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Οικονομία χωρίζεται σε 2 κύριους κλάδους:

- Τη Μικροοικονομική θεωρία, που μελετά την οικονομική συμπεριφορά μεμονωμένων ατόμων, νοικοκυριών και επιχειρήσεων, προκειμένου να κατανοήσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων με την οποία δρουν δεδομένης τη σπανιότητας των πόρων που έχουν στη διάθεσή τους και τις επιπτώσεις αυτών των αποφάσεων στην ατομική τους ευημερία.
- Τη Μακροοικονομική θεωρία, που μελετά την οικονομία συνολικά, προκειμένου να κατανοήσει τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των οικονομικών μεγεθών όπως το εθνικό εισόδημα, η απασχόληση και ο πληθωρισμός.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ

Η μικροοικονομική θεωρία μέσω των εννοιών της *προσφοράς* και της *ζήτησης* προσπαθεί να περιγράψει, εξηγήσει και προβλέψει την τιμή και την ποσότητα αγαθών που πωλούνται σε ανταγωνιστικές αγορές. Είναι ένα από τα πλέον θεμελιώδη οικονομικά μοντέλα, που χρησιμοποιείται συνεχώς σαν συστατικό στοιχείο σε πολλά περισσότερο ενδεδειγμένα οικονομικά μοντέλα και θεωρίες.

ΜΙΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ

Το κυρίως αντικείμενο των οικονομικών είναι η βέλτιστη αξιοποίηση περιορισμένων πόρων. Σε πολλές περιπτώσεις αυτό μπορεί να γίνει με τον μηχανισμό της ελεύθερης αγοράς, με τις τιμές να μεταδίδουν τα απαραίτητα μηνύματα ώστε η προσφορά να ισούται της ζήτησης.

Για την ανάλυση των μηχανισμών της ζήτησης σε μια αγορά, οι οικονομολόγοι θεωρούν ότι είναι απαραίτητη η προσέγγιση των προτιμήσεων ενός καταναλωτή με μια συνάρτηση χρησιμότητας, η οποία δίνει τη χρησιμότητα που παίρνει ο κάθε καταναλωτής από ένα συγκεκριμένο καλάθι προϊόντων.

ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ

Ο δεύτερος μεγάλος κλάδος των οικονομικών, με μεγαλύτερη παράδοση και βασικό θεμελιωτή των Τζων Μαυαρντ Κέινς είναι η **μακροοικονομική θεωρία** και ασχολείται με τα οικονομικά μεγέθη στο επίπεδο μιας χώρας και κατ'επέκταση ολόκληρου του κόσμου.

Αυτός ο κλάδος των οικονομικών, είναι γνωστός για τις δυσκολίες του αντικειμένου, καθώς μια ολόκληρη οικονομία είναι ένα πολύπλοκο, ίσως χαοτικό σύστημα.

ΚΥΡΙΟΙ ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ

ΔΕΙΚΤΕΣ

Οι μακροοικονομικοί δείκτες είναι στατιστικές, οι οποίες υποδεικνύουν την τρέχουσα κατάσταση της οικονομίας μιας χώρας, σύμφωνα με έναν συγκεκριμένο τομέα της οικονομίας (βιομηχανία, αγορά εργασίας, εμπόριο κτλ.) Δημοσιεύονται τακτικά, σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους από κυβερνητικούς οργανισμούς και από τον ιδιωτικό τομέα.

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ

Τα επιτόκια παίζουν τον σημαντικότερο ρόλο όσον αφορά τη διακύμανση των τιμών συναλλάγματος στην αγορά συναλλάγματος. Κατά συνέπεια οι κεντρικές τράπεζες, οι οποίες ορίζουν τα επιτόκια, αποτελούν τους παράγοντες με τη μεγαλύτερη επιρροή. Τα επιτόκια υπαγορεύουν τις επενδυτικές ροές.

A soccer ball is positioned in the center of the frame. Numerous US dollar bills of various denominations (including \$100, \$50, and \$20) are shown falling or floating around the ball, creating a sense of motion and financial activity. The background is plain white.

ΑΕΠ

(ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΙΟΝ)

Το ΑΕΠ αποτελεί το ευρύτερο μέτρο της οικονομίας μιας χώρας και εκφράζει τη συνολική αγοραία αξία όλων των αγαθών και των υπηρεσιών που παράχθηκαν στην εκάστοτε χώρα κατά τη διάρκεια ενός συγκεκριμένου έτους. Επειδή το ΑΕΠ θεωρείται πολλές φορές υστερών δείκτης, οι περισσότεροι επενδυτές εστιάζουν στις δύο εκθέσεις που δημοσιεύονται τους μήνες πριν τη δημοσίευση των στοιχείων του τελικού ΑΕΠ: την έκθεση προόδου και την προκαταρκτική έκθεση. Οι σημαντικές αναθεωρήσεις μεταξύ αυτών των εκθέσεων μπορούν να προκαλέσουν σημαντική αστάθεια.

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ (ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ)

Ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) αποτελεί ίσως τον σημαντικότερο δείκτη πληθωρισμού. Απεικονίζει τις αλλαγές στο επίπεδο των τιμών λιανικής για τα βασικά προϊόντα που γεμίζουν το καλάθι του καταναλωτή. Ο πληθωρισμός συνδέεται άμεσα με την αγοραστική δύναμη ενός συναλλάγματος στα πλαίσια της χώρας που το εκδίδει και επηρεάζει τη θέση του στις διεθνείς αγορές.

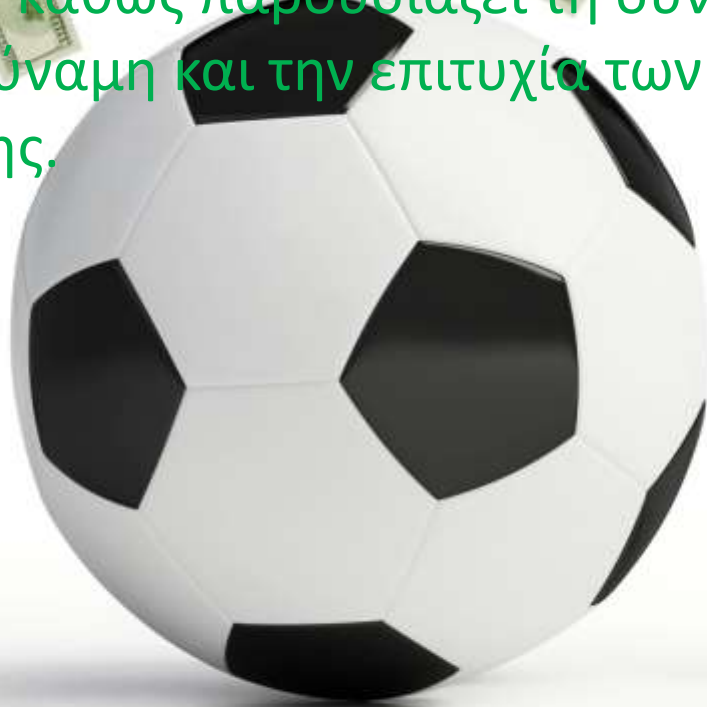
A soccer ball is positioned in the lower center of the frame. Numerous US dollar bills of various denominations (including \$100, \$50, and \$20) are shown falling from the top of the image, creating a sense of motion and abundance. The bills are scattered around the soccer ball, with some appearing to be in the foreground and others further back.

ΑΝΕΡΓΙΑ (ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ)

Οι δείκτες απασχόλησης αντικατοπτρίζουν τη συνολική υγεία μιας οικονομίας ή ενός κύκλου οικονομικής δραστηριότητας. Για την κατανόηση του τρόπου λειτουργίας μιας οικονομίας, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τον αριθμό των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται ή κλείνουν, το ποσοστό του απασχολούμενου εργατικού δυναμικού και τον αριθμό των ανέργων.

ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Ο δείκτης λιανικών πωλήσεων δημοσιεύεται σε μηνιαία βάση και παίζει σημαντικό ρόλο για τους επενδυτές ξένου συναλλάγματος, καθώς παρουσιάζει τη συνολική καταναλωτική δύναμη και την επιτυχία των καταστημάτων λιανικής πώλησης.



ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Το Ισοζύγιο Πληρωμών εκφράζει την αναλογία μεταξύ του ύψους πληρωμών που λαμβάνονται από το εξωτερικό και του ύψους πληρωμών που καταβάλλονται στο εξωτερικό. Με άλλα λόγια, δείχνει τις συνολικές μεταβιβάσεις πληρωμών για τις δραστηριότητες εξωτερικού εμπορίου, το εμπορικό ισοζύγιο, και το ισοζύγιο μεταξύ εξαγωγών και εισαγωγών. Αν οι εισερχόμενες πληρωμές υπερβαίνουν τις πληρωμές προς άλλες χώρες και διεθνείς οργανισμούς, το ισοζύγιο πληρωμών είναι θετικό. Το πλεόνασμα αποτελεί ευνοϊκό παράγοντα για την ανάπτυξη του εθνικού συναλλάγματος.

A soccer ball is positioned in the lower center of the frame. Numerous 100 US dollar bills are scattered around it, appearing to fall from the top of the image. The bills are in various orientations, some partially overlapping the ball. The background is plain white.

MARKETING & MANAGEMENT

Στέφανος Κωνσταντινίδης

Φώτης Ζαρκαδούλας

Γιώργος Τάσης

Παντελής Κατοχιανός

MARKETING

Το **marketing**, συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του.

A soccer ball is positioned in the lower center of the frame. Numerous 100 US dollar bills are shown falling from the top, scattered around the ball. The bills are in various orientations, some partially obscured by the ball or other bills. The background is plain white.

MANAGEMENT

Ο όρος **Διοίκηση** ή **management** είναι μία ευρύτατη έννοια δια της οποίας προσδιορίζεται γενικά ο τρόπος καλύτερης οργάνωσης ομάδων ανθρώπων προς ταχύτερη επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

Συνεπώς ο όρος προσβλέπει μέσω στοχοποίησης στο "optimum" της βέλτιστης και αποδοτικότερης λειτουργίας των ομάδων (ανθρώπινου δυναμικού) στις οποίες και από τις οποίες αυτή εφαρμόζεται.

A soccer ball is centered in the lower half of the image. Numerous 100 Euro banknotes are shown falling from the top, scattered around the ball. The background is plain white.

Αθλητικό Προϊόν

Δημήτρης Βασιλείου
Γεράσιμος Κακούρης
Αλέξανδρος Κωνσταντινίδης
Κρίστι Μερκούρη

Ορισμός :

Γενικά, με τον όρο προϊόν αναφερόμαστε σε ένα σύνολο ή συνδυασμό ιδιοτήτων, διαδικασιών, και δεξιοτήτων (αγαθά, υπηρεσίες, ή και ιδέες) από τις οποίες ο εκάστοτε αγοραστής προσδοκά την ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών.

Το αθλητικό προϊόν εμπεριέχει μια σειρά από ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και διαφορές τα οποία ενισχύουν αλλά και περιορίζουν τις δυνατότητες του αθλητικού μάρκετινγκ να εισαγάγει και να προωθήσει ένα προϊόν, γεγονός, ή εμπειρία. Η ανάλυση αυτών των διαφορών αναδεικνύει τη μοναδικότητα του αθλητισμού τόσο ως προϊόν όσο και ως υπηρεσία.

ιδιοτήτων που περιλαμβάνουν τα παρακάτω

στοιχεία :

- Συναγωνισμό, συνήθως στα πλαίσια ενός αγώνα ή παιχνιδιού.
- Ιδιαιτερότητες σε σχέση με το χρόνο και τον τόπο.
- Συμμόρφωση σε ειδικούς κανονισμούς που μπορεί να επιβάλλονται από κάποιον τρίτο φορέα.
- Φυσική δύναμη, αθλητικές δεξιότητες και προπόνηση.
- Αναμενόμενα οφέλη από τη συμμετοχή, τη θέση, και την τηλεθέαση ή σύνδεση.

Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και διαφορές του αθλητικού προϊόντος

*Το αθλητικό προϊόν είναι άυλο, εφήμερο και
εμπεριέχει το στοιχείο της εμπειρίας και της
υποκειμενικότητας.*

*Τα αθλητικά γεγονότα παράγονται και
καταναλώνονται ταυτόχρονα.*



A soccer ball is centered in the lower half of the image. Numerous US dollar bills are shown falling from the top, scattered around the ball. The bills are in various orientations, some partially obscured by the ball. The background is plain white.

Ο αθλητισμός συχνά εξαρτάται από τις
διαθέσιμες ευκαιρίες για κοινωνικότητα.

Το αθλητικό προϊόν χαρακτηρίζεται από
ασυνέπεια και είναι απρόβλεπτο.

A soccer ball is positioned in the lower center of the frame. Numerous 100 US dollar bills are shown in various orientations, appearing to fall or float around the ball against a plain white background. The bills are scattered throughout the scene, with some closer to the ball and others further away, creating a sense of motion and abundance.

Το στέλεχος του αθλητικού μάρκετινγκ έχει λίγο ή και καθόλου έλεγχο στο κύριο προϊόν.

Σε σχέση με τον αθλητισμό, κανένα άλλο προϊόν ή υπηρεσία δεν προκαλεί τόσο υψηλό επίπεδο ατομικής ταύτισης.



ΧΟΡΗΓΙΕΣ

Λυδία Δεναξά
Παναγιώτα Γουζούαση
Σταυρούλα Κανούρη
Γρηγόρης Ζιώρης

ΧΟΡΗΓΙΑ

Χορηγία: είναι μια εμπορική πράξη, όπου η μία πλευρά επιτρέπει στην άλλη να συνδεθεί μ' ένα στοχευόμενο κοινό σ' αντάλλαγμα για την οικονομική/υλική υποστήριξη, την παροχή υπηρεσιών κ.τ.λ.



ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

Είναι μια επένδυση σε χρήματα ή σε εξοπλισμό, ως αντάλλαγμα για την παραχώρηση του δικαιώματος να εξερευνήσει (και πιθανόν να εκμεταλλευτεί) την προοπτική εμπορικής αξιοποίησης ενός αθλητικού γεγονότος και ότι συνδέεται με αυτό.



ΓΙΑΤΙ ΜΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΝΕΙ ΜΙΑ ΧΟΡΗΓΙΑ;

Πρωταρχικοί λόγοι:

1. Για να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητα της Εταιρίας ή κάποιων προϊόντων της.
2. Για να αναπτύξει την αφοσίωση των καταναλωτών της.
3. Για να βελτιώσει την εικόνα των προϊόντων της αλλά και της ίδιας της εταιρίας.

Δευτερεύοντες λόγοι:

1. Να ελκύσει καινούργιους καταναλωτές.
2. Να αυξήσει το ενδιαφέρον και το ηθικό του προσωπικού της.
3. Να υποστηρίξει τους διανομείς και τους μεσάζοντες.



ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

**Δέσμευση στην
στήριξη αθλητικών
γεγονότων
και αντίστοιχη
κατανομή
πόρων για
ολοκληρωμένη
εκμετάλλευση**

**ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ
ΘΕΑΤΩΝ /
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

**Υψηλής
ποιότητας
θέαμα και
δημιουργία
ευκαιριών**

Ο ΑΘΛΗΤΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΧΟΡΗΓΙΕΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΙ:

1. Χρήματα: συνήθως από τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρίες, εταιρίες κινητής και σταθερής τηλεφωνίας κτλ.
2. Αθλητικό εξοπλισμό
3. Υπηρεσίες: π.χ οι αεροπορικές εταιρείες παρέχουν δωρεάν εισιτήρια/μετακίνηση κ.ά
4. Συνδιασμός κάποιων από τα παραπάνω.

ΣΤΟΧΟΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ

- Αύξηση πωλήσεων
- Σύναψη επιχειρηματικών σχέσεων
- Αύξηση μεριδίου αγοράς
- Ανάπτυξη Branding
- Διαφοροποίηση Brand Image



ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

ΠΟΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ;

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τον αθλητισμό είναι άτομα που διαθέτουν χρήματα, τα οποία προσφέρουν για την εύρυθμη λειτουργία της ομάδας.



ΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΟΜΑΔΕΣ;

Υπάρχουν ομάδες που είναι καθαρές οικονομικά, όμως η πλειοψηφία των ομάδων αποτελείται από παράγοντες που αποσκοπούν στο ξέπλημα του χρήματος και βλέπουν την ομάδα ως κερδοφόρα επιχείρηση. Επίσης υπάρχουν παράγοντες που έχουν διάθεση να υποστηρίξουν τον υγιή αθλητισμό και να τον προωθήσουν, ωστόσο οι περισσότεροι κοιτάζουν το προσωπικό τους συμφέρον και με αυτόν τον τρόπο αμαυρώνουν την εικόνα του αθλητισμού όχι μόνο στο εσωτερικό αλλά και στο εξωτερικό.

A soccer ball with black and white panels is centered in the lower half of the image. The Greek word "ΤΕΛΟΣ" (The End) is written in large, bold, green, italicized letters across the middle of the ball, with a horizontal green line underneath it. The background is white, and numerous 100 US dollar bills are shown falling from the top, scattered around the ball.

ΤΕΛΟΣ