

2^η ΓΡΑΠΤΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σχετικά με την 2^η Γραπτή Εργασία:

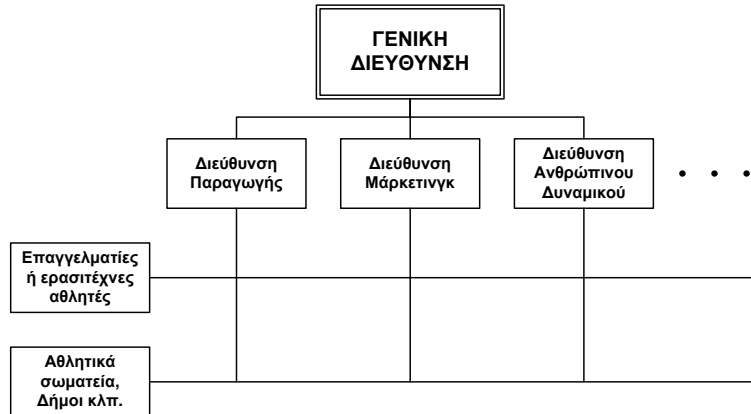
- Τα τέσσερα θέματα είναι **υποχρεωτικά** και αναφέρονται στα **Κεφάλαια 3, 5 και 6 του Α' τόμου** και στο **Κεφάλαιο 2 του Γ' τόμου**.
- Καταληκτική ημερομηνία υποβολής των εργασιών: **Τρίτη, 11 Ιανουαρίου 2022 (ώρα 23:59)**. Η πλατφόρμα κλείνει οριστικά στις 11/1/2022 (23:59) και μετά από αυτή την ημερομηνία η ανάρτηση της εργασίας θα είναι δυνατή μόνο μετά από έγκριση παράτασης από τον Συντονιστή. Η έγκριση θα δοθεί μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις, εφόσον η αίτηση εκ μέρους του φοιτητή/της φοιτήτριας κατατεθεί πριν από την Παρασκευή 7/1/2022.
- Η Γραπτή Εργασία πρέπει να υποβληθεί μέσω του study.eap.gr. Η πλατφόρμα θα ανοίξει στις **5/1/2022**. 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 φαινομένων αντιγραφής. Στην περίπτωση που σε ένα γραπτό εντοπιστεί αντιγραφή, ολική ή έστω και μερική (δηλαδή έστω σε ένα ερώτημα), αυτόματα το γραπτό θα μηδενιστεί.



Η επιχείρηση **Sports Heaven** παράγει και εμπορεύεται δύο κύριες κατηγορίες προϊόντων:

- (α) **αθλητικά είδη**, που απευθύνονται σε μεμονωμένους πελάτες λιανικής (επαγγελματίες ή ερασιτέχνες αθλητές) και
- (β) **εξοπλισμό σταδίων και γηπέδων**, που απευθύνεται σε αθλητικά σωματεία, δήμους κ.λπ.

Η Sports Heaven έχει υιοθετήσει μια πλεγματού τύπου οργανωτική δομή (matrix organization) συνδυάζοντας τα κριτήρια των διαδικασιών και των πελατών. Ένα ενδεικτικό μέρος του οργανογράμματος της επιχείρησης παρουσιάζεται στο διπλανό σχήμα:



Θεωρείτε ότι η οργανωτική δομή που έχει υιοθετήσει η Sports Heaven είναι κατάλληλη για να εξυπηρετήσει τη λειτουργία της; Ποια είναι τα κύρια πλεονεκτήματα και ποια τα κύρια μειονεκτήματα που παρουσιάζει η υφιστάμενη οργανωτική δομή της εταιρείας;

Η εταιρεία **Fashion Design A.E.** δραστηριοποιείται σε τρεις βασικούς τομείς: Οικιακές συσκευές, είδη προσωπικής φροντίδας και τυποποίηση φυτικών προϊόντων. Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας είναι πενταμελές και αποτελείται από τον ιδιοκτήτη και Πρόεδρο της εταιρείας και 4 μέλη της οικογένειας. Το Διοικητικό Συμβούλιο ορίζει τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, στον οποίο αναφέρονται 3 Γενικοί Διευθυντές, όπου ο κάθε ένας έχει αρμοδιότητα σε έναν από τους βασικούς τομείς της εταιρείας. Κάθε Γενικός Διευθυντής είναι με τη σειρά του αρμόδιος για τις λειτουργίες της παρασκευής, μάρκετινγκ και πωλήσεων των προϊόντων του τομέα ευθύνης του και των αντίστοιχων Διευθυντών.

Ο **Πέτρος Παυλόπουλος**, είναι ένας τοπικός πωλητής στον τομέα των οικιακών συσκευών στην περιοχή της Βόρειας Ελλάδας. Πριν από κάποιες μέρες έλαβε ένα email από τα Κεντρικά Γραφεία της Αθήνας. Το θέμα του email ήταν:

“Παρακαλώ διαβάστε το παρακάτω μήνυμα από τα Κεντρικά Γραφεία”.

Ξεκίνησε να διαβάζει το μήνυμα:

*“Αγαπητέ Πέτρο, προάχθηκες από τοπικός πωλητής σε Τμηματάρχη στον τομέα τυποποίησης φυτικών προϊόντων στα Κεντρικά Γραφεία. Πρέπει να μεταβείς στην Αθήνα και να συνεννοηθείς με τον **Κώστα Κωστίδη**, το γρηγορότερο”.*

Το μήνυμα είχε σταλεί από έναν υπάλληλο που υπηρετεί στον τομέα τυποποίησης φυτικών προϊόντων. Ο Πέτρος μπερδεύτηκε, καθώς δεν ήταν σίγουρος αν το email ήταν γνήσιο, ή ήταν κάποιο αστείο από τους συναδέλφους του. Πήρε τηλέφωνο στα κεντρικά γραφεία για να το διερευνήσει.



Μετά από 4 ημέρες βρέθηκε στην Αθήνα, στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας ως Τμηματάρχης στον τομέα τυποποίησης φυτικών προϊόντων. Ήταν κάπως σαστισμένος από την προαγωγή του καθώς δεν ήταν εξοικειωμένος με τον τομέα που τοποθετήθηκε. Συναντήθηκε με τον Κώστα Κωστίδη, ο οποίος ήταν ο Διευθυντής στη νέα του θέση και ανέλαβε τα νέα του καθήκοντα. Οι συνάδελφοί του τον καλωσόρισαν.

Σε μια συζήτηση που είχε ο Πέτρος με τους συναδέλφους του, άκουσε ότι ο Γενικός Διευθυντής του τομέα **Νικόλαος Νικάκης**, ήταν πολύ πειστικός και αιχμηρός όταν συζητούσε με τους υφισταμένους του. Μπορεί η συμπεριφορά του να μην χαρακτηριζόταν από ευγένεια, αλλά ήταν εργασιομανής, με έντονη ενεργητικότητα, μεγάλη πειστικότητα και καθώς ήταν στην εταιρεία από τη δημιουργία της, ήταν βετεράνος του χώρου και πολύ αποτελεσματικός. Στις συναντήσεις με τους Διευθυντές ήταν πάντα ευθύς και ήθελε άμεσες απαντήσεις στα ερωτήματα που έθετε. Επίσης ο Πέτρος άκουσε ότι ο Κωστίδης δεν είχε και πολύ καλές σχέσεις με τον Νικάκη και ότι αποφεύγει να λαμβάνει μέρος στις υπηρεσιακές συναντήσεις που οργανώνει ο Γενικός. Οι συνάδελφοι του Πέτρου επίσης τον ενημέρωσαν ότι ο ανταγωνισμός στον τομέα αυτό ήταν πολύ έντονος και απαιτείται να καταβάλει μεγάλη προσπάθεια για να προαχθεί. Όμως, οι ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη είναι πολύ περισσότερες από ότι στους άλλους τομείς της εταιρείας. Ο Πέτρος είχε ακόμα αμφιβολίες για το αν θα ήταν σε θέση να ανταπεξέλθει στα νέα του καθήκοντα καθώς δεν είχε γνώση των προϊόντων του τομέα. Ρώτησε τους συναδέλφους του αν υπήρχε η δυνατότητα να γίνει κάποιο εισαγωγικό σεμινάριο ώστε να εξοικειωθεί με το νέο αντικείμενο, ωστόσο έλαβε αρνητική απάντηση.

Ο Κώστας Κωστίδης, ενώ καλωσόρισε τον Πέτρο στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, δεν του ανέφερε τίποτε για τη νέα του θέση και το τι περίμενε η εταιρεία από αυτόν. Του ευχήθηκε απλά “Καλή τύχη, στη νέα σου θέση”. Το γεγονός αυτό στενοχώρησε ακόμα περισσότερο τον Πέτρο, ο οποίος είπε:

“Κύριε Κωστίδη, έλαβα αυτή την επιστολή προαγωγής μέσω email και δεν έχει την υπογραφή του Διευθύνοντα Συμβούλου. Επίσης, θα ήταν εφικτό να λάβω μέρος σε κάποιο εισαγωγικό πρόγραμμα για να εξοικειωθώ με τα αντικείμενα του τομέα;”

Ο Κωστίδης φάνηκε να μην άκουσε τίποτε από αυτά που του ανέφερε ο Πέτρος. Την επόμενη εβδομάδα, ο Γενικός Διευθυντής συγκάλεσε έκτακτη συνάντηση όλων των Διευθυντών του τομέα. Ο Πέτρος το έμαθε από τους συναδέλφους του. Ο Κωστίδης, επικαλέστηκε σοβαρό οικογενειακό πρόβλημα και ενημέρωσε ότι δεν θα μπορούσε να παραβρεθεί. Αμέσως ο Πέτρος θυμήθηκε την κουβέντα που είχε κάνει με τους συναδέλφους του σχετικά με τα προβλήματα που υπήρχαν στη σχέση του Διευθυντή του με τον Γενικό Διευθυντή. Ο Πέτρος χαμογέλασε. Λίγο αργότερα ο Πέτρος, έλαβε ένα τηλεφώνημα από τον **Χάρη Χαρισιάδη**, ο οποίος ήταν ένας από τους Διευθυντές, και του ζήτησε να παρευρεθεί στη συνάντηση καθώς θα του δινόταν κατευθυντήριες γραμμές για τη νέα του θέση. Ο Πέτρος θεώρησε αρκετά ενθαρρυντικό αυτό το τηλεφώνημα.

Στην αρχή της συνάντησης, ο Χαρισιάδης σύστησε βιαστικά τον Πέτρο στον Γενικό Διευθυντή. Η συνάντηση ξεκίνησε με ένα εισαγωγικό μήνυμα από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο και μια πολύ γρήγορη ομιλία του Γενικού Διευθυντή. Στη συνέχεια ο Γενικός Διευθυντής ξεκίνησε να κάνει ερωτήσεις. Γνώριζε πολύ καλά για όλα τα προϊόντα του τομέα και ήθελε σαφείς απαντήσεις σε όλα τα ζητήματα που έθετε. Αυτό το γνώριζαν οι Διευθυντές και όλοι ήταν πολύ καλά προετοιμασμένοι. Ο Πέτρος παρατήρησε ότι ο Νικάκης χρησιμοποιούσε μια αργκό γλώσσα, με πολλές συντμήσεις, ακρωνύμια και ιδιαίτερη φρασεολογία που δεν μπορούσε να αποκωδικοποιήσει. Το τηλέφωνο του Νικάκη χτυπούσε διαρκώς και αυτός απαντούσε στις κλήσεις, γεγονός που διέκοπτε την ομαλή διεξαγωγή της συνάντησης. Με αυστηρό ύφος ο Γενικός έλεγε στους Διευθυντές ότι είναι ανεπαρκείς, καθώς δεν είναι σε θέση να προγραμματίσουν αποτελεσματικά και ότι δεν έχουν βασικές γνώσεις των προϊόντων του τομέα. Όταν ήρθε η ώρα των Διευθυντών να μιλήσουν, ο Νικάκης φαινόταν να είναι αδιάφορος σε αυτά που έλεγαν, έπαιζε με τα κλειδιά του, ενώ σε κάποιες στιγμές χασμουριόταν. Παρά την αλαζονεία του Γενικού Διευθυντή, ο Πέτρος παρατήρησε ότι όλοι οι Διευθυντές ήταν μάλλον χαλαροί στη συνάντηση. Ξαφνικά ο Νικάκης στράφηκε προς τον Πέτρο και ξεκίνησε να του κάνει ερωτήσεις. Ο Πέτρος, καθώς ήταν νέος στον τομέα, ένιωσε πολύ αμήχανα. Ο Χάρης Χαρισιάδης αμέσως κατάλαβε ότι ο Γενικός Διευθυντής είχε ξεχάσει ότι ο Πέτρος ήταν νέος στον τομέα. Σκέφτηκε να διακόψει διακριτικά τον Γενικό Διευθυντή και να του το υπενθυμίσει. Στην πραγματικότητα είχε στο μυαλό του δύο επιλογές: Είτε να διακόψει, είτε να περιμένει το τέλος της συνάντησης και να ενημερώσει το Γενικό Διευθυντή κάπως πιο ιδιαίτερα. Επέλεξε τη δεύτερη επιλογή. Εκείνη τη στιγμή ο Γενικός Διευθυντής που ήταν θυμωμένος, επειδή ο Πέτρος δεν ήταν καλά προετοιμασμένος, έκανε την εξής δήλωση:

“Κύριοι, είσαστε μάρτυρες ενός κακού παραδείγματος για την εταιρεία. Καμία προετοιμασία και κυρίως δείχνει άγνοια. Δεν υπάρχει καμία δικαιολογία”.

Ο Πέτρος ένοιωσε ντροπή. Στενοχωρήθηκε και εξαγριώθηκε με αυτή τη μεταχείριση από τον Γενικό Διευθυντή, αλλά αποφάσισε να μην μιλήσει. Απλά κατάλαβε γιατί ο Κώστας Κωστίδης απέφευγε τις συναντήσεις με τον Γενικό. Αποφάσισε να κάνει και αυτός το ίδιο. Εκείνη τη στιγμή ο Γενικός διέκοψε τη συνάντηση, λέγοντας ότι υπάρχει έλλειψη αποτελεσματικού σχεδιασμού. Η συνάντηση θα επαναλαμβανόταν την επόμενη εβδομάδα. Ο Γενικός ζήτησε από τον Χαρισιάδη να μη φύγει γιατί ήθελε να συζητήσει μαζί του.

“Πες μου ρε Χάρη ειλικρινά. Μήπως ήμουν σκληρός με τον Παυλόπουλο;”. “Κύριε Γενικέ, η απάντηση είναι ΝΑΙ. Ήσασταν. Μάλιστα ήθελα να σας θυμίσω ότι ο Παυλόπουλος είναι νέος στον τομέα και πρόσφατα τον φέραμε από τη Βόρεια Ελλάδα”.

Ο Γενικός παραδέχτηκε ότι έκανε λάθος και ζήτησε από τη γραμματέα του να καλέσει τον Πέτρο στο γραφείο του. Μετά από μερικά λεπτά ο Πέτρος μπερδεμένος και αγχωμένος, βρισκόταν στο γραφείο του Γενικού. Ο Γενικός κοίταξε τον Πέτρο στα μάτια και του είπε:

“Θέλω να σου ζητήσω συγνώμη. Ήταν λάθος μου που δεν θυμήθηκα ότι είσαι νέος στον τομέα, όταν σου έκανα τις ερωτήσεις”.

Ο Πέτρος έμεινε άφωνος. Ο Γενικός συνέχισε:

“Θέλω να σου ξεκαθαρίσω μερικά πράγματα. Η δουλειά σου είναι να φροντίζεις, άνθρωποι όπως εγώ και οι Διευθυντές σου να μην παίρνουν λάθος αποφάσεις. Έχουμε εμπιστοσύνη στις ικανότητές σου και γι’ αυτόν τον λόγο σου δώσαμε την προαγωγή. Όλοι χρειάζονται χρόνο για να μάθουν. Περιμένω μέσα στους επόμενους τρεις μήνες να γνωρίζεις όλες τις λεπτομέρειες για τα προϊόντα μας. Μέχρι τότε έχεις την απόλυτη εμπιστοσύνη μου”.

Η συζήτηση έκλεισε με μια δυνατή χειραψία.

- 1^η Ερώτηση** (2 μονάδες) Χρησιμοποιώντας τις βασικές φάσεις του μοντέλου της διεργασίας της επικοινωνίας που παρουσιάζεται στο Σχήμα 6, σελίδα 214 του Α τόμου ΕΑΠ, να εφαρμόσετε το μοντέλο σε δύο περιπτώσεις επικοινωνίας που περιγράφονται στη μελέτη περίπτωσης.
- 2^η Ερώτηση** (1 μονάδα) Κατά τη γνώμη σας: (α) ήταν απαραίτητο ο Γενικός Διευθυντής να ζητήσει συγγνώμη από τον Πέτρο; (β) Ήταν λάθος του Χάρη Χαρισιάδη, το γεγονός ότι δεν διέκοψε τον Γενικό Διευθυντή για να τον ενημερώσει σχετικά με τον Πέτρο; Τεκμηριώστε τις απαντήσεις σας.

ΘΕΜΑ 3^ο

(3 μονάδες)



Η εταιρεία «Food&Drink» δραστηριοποιείται στο χονδρικό εμπόριο τροφίμων και ποτών έχοντας αναπτύξει ένα πολύ ισχυρό δίκτυο διανομής σε όλη την Ελλάδα. Η εταιρεία χρησιμοποιεί τρία βασικά κανάλια διανομής στην Ελλάδα:

- το κανάλι **χονδρικής πώλησης**, όπου προμηθεύει κυρίως supermarkets και σημεία μικρής λιανικής (π.χ. mini markets, περίπτερα),
- το κανάλι **B2B** (ηλεκτρονικό κατάστημα), όπου αποστέλλει εμπορεύματα σε όλη την Ελλάδα,
- και το κανάλι **εφοδιασμού** επιχειρήσεων και γραφείων (π.χ. προμήθεια αγαθών και αναλωσίμων κουζίνας, κ.λπ.).

Μάλιστα, λόγω του ότι η εταιρεία έχει παρουσία στην Ελλάδα από το 1990, έχει αναπτύξει ήδη ένα δίκτυο άνω των 5.000 σημείων πώλησης, ενώ παράλληλα η εταιρεία έχει ξεκινήσει την επέκτασή της και σε άλλες χώρες της Βαλκανικής (Βουλγαρία, Ρουμανία) και στην Κύπρο.

Παρ' όλα αυτά, τα τελευταία δύο χρόνια λειτουργίας της εταιρείας στην Ελλάδα, οι πωλήσεις της στο κανάλι της χονδρικής πώλησης σε supermarkets/σημεία μικρής λιανικής δεν έφτασαν τους αρχικούς στόχους που είχαν τεθεί στο πλάνο ανάπτυξης, παρ' ότι η εταιρεία διαθέτει ένα δυναμικό Τμήμα Πωλήσεων με 12 πωλητές. Αντίθετα, στο κανάλι του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς και στον εφοδιασμό επιχειρήσεων και γραφείου, τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά. Συγκεκριμένα, για τον κλάδο χονδρικής πώλησης κατά τη διάρκεια του Α' εξαμήνου του 2021 δεν επετεύχθη η προβλεπόμενη αύξηση των πωλήσεων κατά 8% σε σχέση με το Β' εξάμηνο του 2020, παρ' όλο που το δίκτυο πελατών παρουσίασε μικρή αύξηση της τάξης του 3% σε σχέση με το προηγούμενο εξάμηνο (δηλαδή το β' εξάμηνο του 2020). Στα άλλα δύο κανάλια διανομής παρουσιάστηκε αύξηση κοντά στο 15%.

Με βάση τα παραπάνω αποτελέσματα κρίθηκε αναγκαία η επανεξέταση των αρχικών στόχων του συγκεκριμένου καναλιού διανομής χονδρικής, με σκοπό τη δημιουργία ενός πιο ρεαλιστικού σχεδίου ανάπτυξης που θα λαμβάνει υπόψη σε μεγαλύτερο βαθμό την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα (σύμφωνα με έρευνες τα αγαθά που προμηθεύεται κάθε νοικοκυριό έχουν μειωθεί σημαντικά) καθώς και τη μείωση του κύκλου εργασιών των supermarkets που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια. Γι' αυτόν το σκοπό η εταιρεία ζήτησε από ομάδα συμβούλων να την υποστηρίξει στη διαδικασία ανασχεδιασμού του πλάνου ανάπτυξής της. Εάν υποθέσουμε ότι είστε μέλος της ομάδας συμβούλων:

- 1^η Ερώτηση** (1,5 μονάδες) Πώς θα προσδιορίζατε τις περιοχές ελέγχου που θα εστιάζατε προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος της εταιρείας (π.χ. λειτουργικό κόστος); Ποιους δείκτες μέτρησης της αποτελεσματικότητας θα προτεινάτε, έτσι ώστε να

2^η Ερώτηση
(1,5 μονάδες)

ελεγχθεί η απόδοση των πωλήσεων και η ανάπτυξη του δικτύου χονδρικής σε supermarkets και σημεία λιανικής;
Ποιους τρόπους θα προτείνατε για να πραγματοποιηθεί η μέτρηση της απόδοσης σε σχέση με τις πωλήσεις και την ανάπτυξη του δικτύου χονδρικής; Ποιες διορθωτικές κινήσεις/ενέργειες θα προτείνατε (σε περίπτωση που υπάρξουν αποκλίσεις), έτσι ώστε να επιτευχθεί το νέο πλάνο ανάπτυξης της εταιρείας;

ΘΕΜΑ 4^ο

(2 μονάδες)



Μια μεγάλη γαλακτοβιομηχανία σας αναθέτει την ανάλυση εργασίας της θέσης του **Γενικού Διευθυντή**.

- 1^η Ερώτηση** (1 μονάδα) Να δημιουργήσετε την περιγραφή και τις προδιαγραφές της συγκεκριμένης θέσης εργασίας.
2^η Ερώτηση (1 μονάδα) Θεωρείτε απαραίτητο να υπάρχει και να τηρείται η περιγραφή της θέσης αυτής; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.

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 2η ΓΕ φοιτήτριας από το τμήμα ΗΛΕ46 και AM 123456 θα έχει όνομα αρχείου:

ELE46-2-123456.

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.