



Π.Α.Σ. 3130
9 MAR. 2013

ΑΒΡΑΜΙΔΗΣ ΓΑΒΡΙΗΛ
Βουλευτής Α΄ Θεσσαλονίκης
ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ

ΑΝΑΦΟΡΑ

ΠΡΟΣ: ΥΠΟΥΡΓΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΘΕΜΑ: « Διαβίβαση επιστολής Ακαδημαϊκής Κοινότητας σχετικά με την επιχειρούμενη αποδόμηση της ειδικότητας Μάρκετινγκ των Α. Τ.Ε.Ι Εμπορίας και Διαφήμισης ».

Κύριε Υπουργέ,

σας διαβιβάζουμε, συνημμένη επιστολή-πρόταση των καθηγητών τμημάτων Εμπορίας και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ) των Α.Τ.Ε.Ι της χώρας, όπου αναφέρονται οι λόγοι που δεν θα πρέπει το νομοσχέδιο με το πρόγραμμα «Αθηνά» να εφαρμόσει την συρρίκνωση-συγχώνευση και μεταφορά των Σχολών αυτών και ουσιαστικά την εξαφάνιση της ειδικότητας, που θα αποδυναμώσει το στόχο στελέχωσης της αγοράς με στελέχη υψηλού επιπέδου στο αντικείμενο αυτό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν, όσα συνθέτουν τις αλλαγές που επιχειρούνται για το "Αλεξάνδρειο" Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, για το οποίο προβλέπεται η μεταφορά του στο Τ.Ε.Ι Σερρών.

Οι αλλαγές αυτές, υποβαθμίζουν και ακυρώνουν μακροχρόνιες προσπάθειες για την αναβάθμιση του εκπαιδευτικού και ερευνητικού του έργου, καθιστούν άχρηστες πολλές από τις υπάρχουσες υποδομές των Ιδρυμάτων, που έγιναν από το υστέρημα του Ελληνικού Λαού, δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στους φοιτητές και τα μέλη του εκπαιδευτικού προσωπικού, που θα πρέπει να μετεγκατασταθούν, καθώς και στις οικογένειές τους, σε μια τραγική οικονομική συγκυρία, για τη Χώρα και τους Πολίτες της.

Παρακαλούμε να δεχθείτε την πρόταση επανεξέτασης κατάργησης της ειδικότητας Μάρκετινγκ, και να διατηρηθούν ως έχουν τα τμήματα αυτά στον χάρτη των Α.Τ.Ε.Ι της χώρας μας.

Αθήνα, 26 Φεβρουαρίου 2013

Ο ΑΝΑΦΕΡΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ

Συνημμένο: 1 επιστολή δύο σελίδων

ΓΑΒΡΙΗΛ ΑΒΡΑΜΙΔΗΣ

Α. Βελουχιώτη 44 -Νικόπολη 56430, Θεσσαλονίκη Τηλ-φαξ: 2310-688630

Βουλής 4 Αθήνα 10562 . Τηλ-φαξ: 210-3706501 e-mail : avramidis@parliament.gr

Θεσσαλονίκη 22/2/2013.

Ανοιχτή επιστολή
καθηγητών των τμημάτων ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)
αναφορικά με το Προσχέδιο ΑΘΗΝΑ
ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΗ

Στις 31-1-2013 το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού δημοσιοποίησε το ΣΧΕΔΙΟ ΑΘΗΝΑ, διαμέσου του διαδικτύου, δηλαδή την πρόθεσή του να θεσμοθετήσει μέσω Π.Δ. την αναδιάρθρωση της ανώτατης εκπαίδευσης στην Ελλάδα (Πανεπιστήμια και Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα).

Μια από τις προτάσεις του σχεδίου οδηγεί στην αποδόμηση της εκπαίδευσης στο μάρκετινγκ στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, **καταργείται ουσιαστικά το γνωστικό αντικείμενο του μάρκετινγκ**, δεδομένου ότι το μάρκετινγκ ως αντικείμενο εκπαίδευσης, συνεχίζει να υφίσταται μόνο ως κατεύθυνση στα ΤΕΙ και διατηρείται διδασκόμενο σε επίπεδο τμήματος μόνο στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο.

Τα μέλη Ε.Π. των Τμημάτων Εμπορίας και Διαφήμισης των ΤΕΙ πιστεύουν ότι η κατάργηση του Τμήματος προέκυψε από μη ολοκληρωμένη αξιολόγηση όλων των παραμέτρων που σχετίζονται με τη σημαντικότητα του μάρκετινγκ ως γνωστικού πεδίου και επιστήμης, αλλά και ως βασικότατου μοχλού οικονομικής ανάπτυξης της χώρας μας. Γι' αυτό θέτουν υπόψη της πολιτικής ηγεσίας του Υπουργείου και της Κυβέρνησης εν συνόλω τα παρακάτω στοιχεία καθώς και την πρότασή τους:

- Το μάρκετινγκ, ως αυτοτελές τμήμα υπάρχει στα περισσότερα πανεπιστήμια της Ε.Ε., των Η.Π.Α., του Καναδά και όλου του κόσμου. Ενδεικτικά αναφέρονται τα πανεπιστήμια PennState University, Michigan State University και City University of New York στις Η.Π.Α., Concordia University στον Καναδά και University of Strathclyde στο Η.Β. Σε όλες τις περιπτώσεις παρέχεται ως βασικός τίτλος σπουδών και μερικές φορές και ως μεταπτυχιακός τίτλος.
- Το μάρκετινγκ αποτελεί μια από τις τρεις βασικές και απαραίτητες λειτουργίες μιας επιχείρησης. Οι άλλες δύο είναι, ως γνωστόν, η παραγωγή και η χρηματοοικονομική λειτουργία. Οι λειτουργίες αυτές αποτελούν παράλληλα, εφόσον ασκούνται ορθολογικά, κύριους προσδιοριστικούς παράγοντες επιτυχίας της επιχείρησης και κατ' επέκταση της οικονομίας μιας χώρας. Ενώ όμως για την παραγωγή και τη χρηματοοικονομική λειτουργία παρέχεται εκπαίδευση σε τριτοβάθμιο επίπεδο στην Ελλάδα, **επιχειρείται η αποδυνάμωση της εκπαίδευσης για το μάρκετινγκ**. Αν η βούληση της κυβέρνησης είναι να παρέχεται αυτή μόνο από τα κολλέγια, αυτό είναι εμφανώς εναντίον του ελεύθερου ανταγωνισμού και δε δημιουργεί συνέργειες σε επίπεδο χώρας. Η σημαντικότητα του μάρκετινγκ αποδεικνύεται εξάλλου και κυρίως από το γεγονός ότι οι πιο πετυχημένες **επιχειρήσεις στην Ελλάδα και διεθνώς διαθέτουν τμήματα (ή διευθύνσεις) μάρκετινγκ**, συνήθως σε υψηλό ιεραρχικά επίπεδο. Ενδεικτικά κι εδώ αναφέρουμε τρεις πετυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες έντονα στις διεθνείς αγορές και συγκεκριμένα την εταιρεία Μπισκότα Παπαδοπούλου, την Coca-Cola 3E και την Pyramis kitchen inspirations, οι οποίες διαθέτουν τμήματα ή διευθύνσεις μάρκετινγκ με στρατηγικό προσανατολισμό.
- Αναφερόμενοι ειδικότερα στα Τμήματα Μάρκετινγκ των ΤΕΙ της χώρας επισημαίνουμε ότι σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη αποτελούν εργαστήρια **ανάπτυξης**

και εκπαίδευσης της επιστήμης και του επαγγέλματος του μάρκετινγκ εδώ και 40 χρόνια. Έχουν σχετικά υψηλή βάση εισαγωγής και μόνον ένα ελάχιστο ποσοστό φοιτητών (περίπου 2,5%) εισάγεται με βαθμό κάτω από τη βάση, προερχόμενο όμως από τις ειδικές κατηγορίες. Η ελκυστικότητα των Τμημάτων Μάρκετινγκ είναι υψηλή από τους υποψήφιους φοιτητές. Διαθέτουν μεγάλο αριθμό προσοντούχων καθηγητών και οργανωμένα εργαστήρια, πολύ συχνά δε επικαιροποιούν το **πρόγραμμα σπουδών** τους προσαρμοζόμενο στις επιστημονικές εξελίξεις και στις ανάγκες της αγοράς. Παρουσιάζουν αξιοσημείωτη **ερευνητική δραστηριότητα**. Διαθέτουν μεγάλο δίκτυο με ξένα πανεπιστήμια και ξένους συναδέλφους μέσω ERASMUS, αλλά και με τη διοργάνωση συνεδρίων. Πρόσφατα το Τμήμα Μάρκετινγκ του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης διοργάνωσε διεθνές συνέδριο μάρκετινγκ στη Θεσσαλονίκη (iccm 2012), με συμμετοχές επιστημόνων από 25 χώρες και 40 πανεπιστήμια. Έχει υποβάλει στο Υπουργείο για έγκριση **πρόγραμμα MBA** και είναι έτοιμο να το λειτουργήσει περιμένοντας την εξωτερική αξιολόγηση την οποία επανειλημμένα έχει ζητήσει. Τα Τμήματα Μάρκετινγκ Αθήνας και Θεσσαλονίκης διατηρούν μακροχρόνιες σχέσεις με τον παραγωγικό ιστό των δυο μεγάλων πόλεων διοργανώνοντας συχνά ημερίδες και συμπόσια επιχειρηματικότητας. Η απορροφητικότητα των πτυχιούχων τους είναι υψηλή και σ' αυτό συντελεί και η δυνατότητα που τους δίνεται να κάνουν πρακτική άσκηση σε σημαντικές επιχειρήσεις.

- Ως εκ τούτου είναι φανερό ότι η μεταφορά του Τμήματος Μάρκετινγκ του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης στις Σέρρες και ουσιαστικά η εξαφάνισή της ειδικότητας και των δυο τμημάτων θα αποδυναμώσει το στόχο στελέχωσης με υψηλού επιπέδου στελέχη μάρκετινγκ αναφορικά με το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας. Και τούτο διότι **ούτε από τα Πανεπιστήμια ούτε από τα ιδιωτικά κολλέγια** είναι δυνατόν σε σύντομο χρονικό διάστημα να εκπαιδευθούν στελέχη εξοπλισμένα με υψηλό επίπεδο θεωρητικών γνώσεων αλλά και με γνώσεις άμεσης εφαρμογής, όπως η εκπόνηση ερευνητικών προγραμμάτων, ο σχεδιασμός και η οργάνωση δικτύων πωλήσεων αλλά και διαφημιστικών εκστρατειών, η εκπόνηση Marketing Plans και πολλά άλλα.

- Συνολικά η προτεινόμενη με το ΣΧΕΔΙΟ ΑΘΗΝΑ κατάργηση της ειδικότητας μάρκετινγκ από τον χάρτη των ΤΕΙ της Ελλάδας ελέγχεται για έλλειψη επιστημονικής αιτιολόγησης, βούλησης υποστήριξης της εθνικής προσπάθειας για οικονομική ανάπτυξη και προσπάθειας για διαφάνεια στο δημόσιο βίο.

ΠΡΟΤΑΣΗ

Θεωρούμε ότι το Υπουργείο θα πρέπει να επανεξετάσει την πρόθεσή του για κατάργηση της ειδικότητας του μάρκετινγκ και να διατηρήσει τα Τμήματα Μάρκετινγκ στον χάρτη των ΤΕΙ της Ελλάδας.