

Ενότητα 1: Επιχειρηματικότητα

Ενότητα 3: Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου

Ενότητα 1: Επιχειρηματικότητα	
Ενότητα 3	Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου
Θέμα 1	Προτάσεις αξίας
Θέμα 2	Βασικοί Συνεργάτες
Θέμα 3	Βασικές δραστηριότητες
Θέμα 4	Βασικοί Πόροι
Θέμα 5	Διάρθρωση του κόστους
Θέμα 6	Τμήματα πελατών
Θέμα 7	Κανάλια πελατών
Θέμα 8	Σχέσεις πελατών
Θέμα 9	Ροές εσόδων

Ενότητα: Μαθησιακά Αποτελέσματα

Ενότητα XXX

Κείμενο εισαγωγής: Γράψτε ένα σύντομο εισαγωγικό κείμενο στην ενότητα, θα πρέπει να αναφέρει τι αφορά αυτή η ενότητα. Θα πρέπει να είναι γραμμένο με κίνητρο και ελκυστικό τρόπο. Θα πρέπει να απευθύνεται στους δικαιούχους (μετανάστες/πρόσφυγες), πράγμα που σημαίνει ότι μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε τη μορφή της ευθείας ομιλίας.

Η γνώση

Δηλώσεις για το τι γνωρίζει ο μαθητής:

Δεξιότητες

Δηλώσεις του τι μαθητής
καταλαβαίνουν:

Αρμοδιότητες

Δηλώσεις για το τι μπορεί να κάνει ένας εκπαιδευόμενος
κάντε με την ολοκλήρωση μιας μαθησιακής διαδικασίας:

Εισαγωγικό βίντεο

Σας ευχαριστούμε που παρακολουθήσατε αυτό το μάθημα. Θα ήθελα να σας καλωσορίσω εκ μέρους της ομάδας του Erasmus+ Project YOU- GO. Σχεδιασμός έργου για να βοηθήσει τις Νέες Γυναίκες στη Βιοτεχνία να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες και τις δεξιότητες μάρκετινγκ.

Σε αυτήν την ενότητα θα ανακαλύψουμε το Επιχειρηματικό Μοντέλο «Καμβάς» , το οποίο είναι ένα συμπαγές πρότυπο που βοηθά τους επιχειρηματίες να απεικονίσουν γραφικά το επιχειρηματικό τους σχέδιο σε ένα μόνο κομμάτι χαρτί. Αυτό το πολύτιμο εργαλείο αναπτύχθηκε από τον Alexander Osterwalder ως μέρος της διδακτορικής του εργασίας στην οντολογία επιχειρηματικών μοντέλων. Το Business Model Canvas αποτελείται από εννέα μπλοκ που μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κατηγορίες:

1. Υποδομές
2. Πελάτες
3. Οικονομικά

Μέσω αυτής της ενότητας θα αναλύσουμε κάθε ένα από τα εννέα μπλοκ και θα επεξεργαστούμε πώς και με τι μπορούμε να τα γεμίσουμε προκειμένου να δημιουργήσουμε ένα σταθερό αποτέλεσμα που μπορεί να μας καθοδηγήσει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την επιχείρησή μας.

Ενότητα 3: Business Model Canva

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 			Revenue Streams 	



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Θέμα 1: Προτάσεις αξίας

"Η πρόταση αξίας είναι αυτό που διακρίνει την εταιρεία σας από τους ανταγωνιστές σας" -
Alexander Osterwalder

Η πρόταση αξίας σας πρέπει

- Εξηγήστε την αξία που προσφέρετε στον πελάτη
- Εξηγήστε την ανάγκη που εκπληρώνετε, πώς το προϊόν ή οι υπηρεσίες σας είναι «αναλγητικά»
- Πώς διευκολύνετε τη ζωή των πελατών
- Πώς ξεπερνάτε τις προσδοκίες των πελατών

Θέμα 1: Προτάσεις αξίας

Η πρόταση αξίας μπορεί να είναι

- Ποσοτική: Παραγωγή μεγάλων ποσοτήτων ή εξυπηρέτηση πολλών πελατών για χαμηλή ή value for money τιμή
- Ποιοτική: Παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων, εστιάζοντας στην εμπειρία του πελάτη

Θέμα 1: Προτάσεις αξίας

Για να ξεκινήσετε να ορίζετε τις προτάσεις αξίας, ακολουθήστε τα ακόλουθα βήματα:

- Καθορίστε τα προφίλ πελατών σας (θα το αναλύσουμε στο Θέμα 6: Πελάτης Τμήματα)
- Σκεφτείτε την αξία που δημιουργείτε

Συνδυάστε τα δύο για την επιτυχία σε ένα προϊόν/υπηρεσία και ταιριάζει στην αγορά

Θέμα 1: Προτάσεις αξίας

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να σκεφτείτε και να γίνετε πιο συγκεκριμένοι σχετικά με τις προτάσεις αξίας σας

- Τι αξία προσφέρουμε στον πελάτη;

Ποιο από τα προβλήματα των πελατών σας βοηθάτε να λύσετε;

- Τι πακέτα προϊόντων και υπηρεσιών προσφέρετε σε κάθε Πελάτη

Τμήμα

- Ποιες ανάγκες πελατών ικανοποιείτε;

Θέμα 2: Βασικοί Συνεργάτες

Βασικοί συνεργάτες είναι άλλα άτομα ή εταιρείες που σας βοηθούν να παραμείνετε συγκεντρωμένοι στην κύρια δραστηριότητά σας, παρέχοντάς σας υλικό ή υπηρεσίες.

Αυτά θα μπορούσαν να είναι

- πάροχοι πρώτων υλών,
- πάροχος υπηρεσιών παράδοσης,
- Διευθυντές εξωτερικού μάρκετινγκ

Σκεφτείτε τους ως τους ανθρώπους ή τις εταιρείες που αφαιρούν από τους ώμους σας ορισμένες από τις ευθύνες της λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Θέμα 2: Βασικοί Συνεργάτες

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε τους βασικούς σας συνεργάτες

- Ποιοι είναι οι βασικοί σας συνεργάτες;
 - Ποιους βασικούς πόρους αποκτάτε από συνεργάτες;
 - Ποιες βασικές δραστηριότητες εκτελούν οι συνεργάτες σας;
- Ποιοι είναι οι βασικοί σας προμηθευτές;

Θέμα 3: Βασικές Δραστηριότητες

Οι βασικές δραστηριότητες είναι εκείνες που απαιτούνται για να πραγματοποιήσετε την πρόταση αξίας σας. Είναι οι δραστηριότητες που χρειάζεται να γίνουν για να εξυπηρετήσετε ή να ικανοποιήσετε μια ανάγκη των πελατών σας.

Μερικά παραδείγματα είναι:

- Επικοινωνία με τους πελάτες για την κατανόηση των αναγκών τους
- Κατασκευή/παραγωγή τελικού προϊόντος
- Παράδοση εργαστηρίου

Θέμα 3: Βασικές Δραστηριότητες

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε τις βασικές σας δραστηριότητες

- Ποιες βασικές δραστηριότητες απαιτούν οι προτάσεις αξίας σας;
- Σκεφτείτε πολλές πτυχές της εταιρείας σας
 - Σχέσεις με τους πελάτες
 - Παραγωγή
 - Έρευνα και Ανάπτυξη

Θέμα 4: Βασικοί πόροι

Οι βασικοί πόροι είναι αυτοί που είναι απαραίτητοι για την ικανοποίηση μιας ανάγκης ή τη δημιουργία αξίας για τους πελάτες σας.

Οι πόροι μπορεί να είναι

- Οι άνθρωποι σας, όπως ειδικοί στον φάκελο σας, άτομα πωλήσεων κ.λπ
- Το κεφάλαιό σας, όπως χρήματα, κτίρια, μηχανήματα
- Η πνευματική σας ιδιοκτησία, όπως ιδέες, πατέντες
- Τα υλικά που χρειάζεστε, όπως χρώματα, τόνερ, χάντρες κ.λπ

Θέμα 4: Βασικοί πόροι

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε τους βασικούς πόρους σας

- Ποιοι είναι οι άνθρωποι στους οποίους μπορείτε να εμπιστευτείτε τη διαχείριση της εταιρείας σας;
- Ποιους βασικούς πόρους αποκτάτε από συνεργάτες;
- Τι κατέχετε το οποίο αν χάσετε μπορεί να χρειαστεί να κλείσετε την εταιρεία σας;

Θέμα 5: Δομή Κόστους

Η δομή του κόστους είναι το σημείο όπου καταγράφετε τα μεγαλύτερα έξοδά σας, λαμβάνοντας υπόψη τα ποσά που ξοδεύετε, πόσο συχνά ξοδεύετε και πώς αυτό αντικατοπτρίζεται στις πωλήσεις σας και έσοδα.

Αυτά θα μπορούσαν να είναι:

- Πρώτες ύλες
- Μισθοί
- Μάρκετινγκ
- Ενοικίαση

Θέμα 5: Δομή Κόστους

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε τη δομή του κόστους σας

- Ποια είναι τα σημαντικότερα κόστη της εταιρείας σας;
- Ποιοι Βασικοί Πόροι είναι οι πιο ακριβοί;
- Ποιες Βασικές Δραστηριότητες είναι οι πιο ακριβές;
- Τι θα μπορούσατε να αποκτήσετε για να ελαχιστοποιήσετε σημαντικά τα έξοδα;

Θέμα 6: Τμήματα πελατών

Τα τμήματα πελατών είναι οι ομάδες ατόμων που πιστεύετε ότι μπορείτε να εξυπηρετήσετε. Εκείνοι των οποίων οι ανάγκες μπορείτε να ικανοποιήσετε ή αυτές για εσάς μπορούν να χτίσουν αξία.

Τα δύο άκρα είναι:

- Μαζική αγορά: δεν υπάρχει συγκεκριμένη κατάτμηση, έχει πολύ ευρεία άποψη για τις δυνατότητες οι πελάτες
- Niche market: προσδιορισμός μιας συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και ανάγκες και δημιουργήσε εξειδικευμένες λύσεις

Θέμα 6: Τμήματα πελατών

Τα τμήματα πελατών είναι οι ομάδες ατόμων που πιστεύετε ότι μπορείτε να εξυπηρετήσετε. Εκείνοι των οποίων οι ανάγκες μπορείτε να ικανοποιήσετε ή αυτές για εσάς μπορούν να χτίσουν αξία.

Άλλες σημαντικές τμηματοποιήσεις πελατών είναι:

- Τμηματοποιημένος: προσδιορισμός μιας ομάδας πελατών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και περαιτέρω τμηματοποίησή τους με βάση άλλα χαρακτηριστικά όπως ηλικία, φύλο, τόπος διαμονής κ.λπ.
- Διαφοροποιημένη: η εταιρεία σας μπορεί να εξυπηρετεί πολλές ομάδες ανθρώπων, η καθεμία με διαφορετικές ανάγκες και χαρακτηριστικά

Μπορεί να πέσετε σε ένα από τα δύο άκρα ή ενδιάμεσα. Απλώς πρέπει να είστε σίγουροι ότι μπορείτε να εξυπηρετήσετε τα τμήματα πελατών που επιλέγετε.

Θέμα 6: Τμήματα πελατών

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε τα τμήματα των πελατών σας

- Ποιανού τις ανάγκες μπορείτε να ικανοποιήσετε;
- Για ποιον δημιουργείτε αξία;
- Ποιος θα μπορούσε να αγοράσει τα προϊόντα/τις υπηρεσίες σας;

Θέμα 7: Κανάλια πελατών

Τα κανάλια πελατών είναι ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζετε τους πελάτες σας και πώς παρέχετε τις προτάσεις αξίας σας.

Μπορείτε να προσεγγίσετε πελάτες χρησιμοποιώντας πολλά κανάλια. Όταν σχεδιάζετε και επιλέγετε κανάλια, βεβαιωθείτε ότι μέσω αυτών μπορείτε να προσεγγίσετε τους πελάτες σας γρήγορα και σε μια εξίσωση κόστους-οφέλους.

Τα κανάλια πελατών μπορεί να είναι:

- Το φυσικό σας κατάστημα ή/και η ηλεκτρονική σας αγορά
- Χώροι μεταπώλησης και διανομείς
- Μάρκετινγκ και διαφήμιση

Θέμα 7: Κανάλια πελατών

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να επιλέξετε τα κανάλια πελατών που χρειάζεστε

- Μέσα από ποια κανάλια θέλουν να προσεγγιστούν τα τμήματα πελατών σας;
- Πώς τους προσεγγίζετε τώρα;
- Ποια λειτουργούν καλύτερα;
- Ποια είναι τα πιο οικονομικά;
- Πώς τα ενσωματώνετε με τις ρουτίνες των πελατών;

Θέμα 8: Σχέσεις πελατών

Οι σχέσεις πελατών είναι οι σχέσεις που θα θέλατε να έχετε με τους πελάτες σας και συγκεκριμένα με τα τμήματα πελατών που έχετε επιλέξει.

Πρέπει να εστιάσετε σε τρία σημαντικά

- Πώς θα αποκτήσετε νέους πελάτες
- Πώς θα κρατήσετε τους πελάτες που αγόρασαν ένα προϊόν/υπηρεσία από εσάς;
- Πώς θα αυξήσετε τα έσοδά σας από τους τρέχοντες πελάτες σας;

Θέμα 8: Σχέσεις πελατών

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να επιλέξετε τις σχέσεις με τους πελάτες που χρειάζεστε

- Τι είδους σχέση περιμένει κάθε τμήμα πελατών από εσάς Εταιρία? – Πώς το καθιερώνετε και το συντηρείτε;
- Πώς ενσωματώνετε τη δημιουργία και τη διατήρηση της πελατειακής σχέσης στις δραστηριότητές σας;
- Πόσο δαπανηρή είναι η διατήρηση κάθε τύπου σχέσης;

Θέμα 9: Ροές εσόδων

Οι ροές εσόδων είναι οτιδήποτε φέρνει εισόδημα στην εταιρεία. Κατά τον εντοπισμό τους, προσπαθήστε να λάβετε υπόψη τα ποσά και τη συχνότητα λήψης αυτού του εισοδήματος.

Όταν καταχωρείτε τις ροές εσόδων σας, προσπαθήστε επίσης να τις αντιπαραβάλλετε

- Τα έξοδα που σχετίζονται
- Το τμήμα πελατών που σχετίζονται
 - Προσδιορίστε τους αγοραστές μιας φοράς και τους πελάτες που επιστρέφουν και τους μεγάλους πελάτες
 - Προσδιορίστε τα προϊόντα/υπηρεσίες που πωλούνται γρήγορα και εκείνα που δεν πωλούνται

Θέμα 9: Ροές εσόδων

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε τις ροές εσόδων σας

- Ποια είναι τα σημαντικότερα κόστη της εταιρείας σας;
- Ποιοι Βασικοί Πόροι είναι οι πιο ακριβοί;
- Ποιες Βασικές Δραστηριότητες είναι οι πιο ακριβές;
- Τι θα μπορούσατε να αποκτήσετε για να ελαχιστοποιήσετε σημαντικά τα έξοδα;

Εκπαιδευτική Δραστηριότητα 1: Χτίζοντας την Επιχείρησή σας

Μοντέλο καμβά

Εκπαιδευτικός στόχος	Είδος δραστηριότητας	Περιεχόμενο	Πρόσθετα υλικά
Γνώση και δεξιότητες που σχετίζονται με Επιχειρηματικό μοντέλο Καμβάς δημιουργία	Ατομική άσκηση Κατεβάστε	το Business Μοντέλο καμβά από το υλικό του μαθήματος. Προσπαθήστε να ολοκληρώσετε το κουτιά με την καθοδήγηση των ερωτήσεων περιλαμβάνονται σε κάθε θέμα του αυτή η ενότητα.	https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas

Εκτίμηση

Ερώτηση 1:

Ποια είναι τα αρχικά βήματα για να ξεκινήσετε να ορίζετε τις προτάσεις αξίας σας;

- α) Προσδιορίστε πιθανούς ανταγωνιστές στην αγορά
- β) Διεξαγωγή λεπτομερούς οικονομικής ανάλυσης
- γ) Καθορίστε τα προφίλ πελατών και αναλύστε τμήματα πελατών
- δ) Εκκινήστε αμέσως το προϊόν ή την υπηρεσία

Σωστή απάντηση: γ) Καθορίστε τα προφίλ πελατών και αναλύστε τμήματα πελατών

Ερώτηση 2:

Ποιοι είναι βασικοί εταίροι σε μια επιχείρηση και τι ρόλο διαδραματίζουν;

α) Βασικοί συνεργάτες είναι πελάτες που αγοράζουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

β) Οι βασικοί εταίροι είναι ανταγωνιστές που προκαλούν την επιχείρησή σας να βελτιωθεί.

γ) Βασικοί εταίροι είναι άτομα υπεύθυνα για την οικονομική διαχείριση.

δ) Βασικοί συνεργάτες είναι άλλα άτομα ή εταιρείες που παρέχουν υλικά ή υπηρεσίες, βοηθώντας σας να εστιάσετε στην κύρια δραστηριότητά σας.

ε) Οι βασικοί εταίροι είναι επενδυτές που παρέχουν χρηματοδότηση για την ανάπτυξη της επιχείρησής σας.

Σωστή απάντηση: δ) Βασικοί συνεργάτες είναι άλλα άτομα ή εταιρείες που παρέχουν υλικά ή υπηρεσίες, βοηθώντας σας να εστιάσετε στην κύρια δραστηριότητά σας.

Ερώτηση 3:

Τι αναφέρονται σε βασικές δραστηριότητες σε μια επιχείρηση;

α) Δραστηριότητες που δεν σχετίζονται με τις ανάγκες των πελατών

β) Δραστηριότητες που επικεντρώνονται αποκλειστικά στις προσπάθειες μάρκετινγκ

γ) Δραστηριότητες που απαιτούνται για την εξυπηρέτηση ή την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών

δ) Δραστηριότητες που δεν είναι απαραίτητες για τη λειτουργία της επιχείρησης

ε) Δραστηριότητες που αφορούν μόνο οικονομική διαχείριση

Σωστή απάντηση: γ) Δραστηριότητες που απαιτούνται για την εξυπηρέτηση ή την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών

Ερώτηση 4:

Τι περιλαμβάνει η δομή κόστους μιας επιχείρησης;

α) Καταγραφή όλων των πιθανών εξόδων, ανεξάρτητα από τη συνάφειά τους με τις πωλήσεις και τα έσοδα.

β) Εντοπισμός των μικρότερων εξόδων στην επιχείρηση.

γ) Εστίαση μόνο σε εφάπαξ έξοδα.

δ) Καταγραφή των σημαντικότερων εξόδων, λαμβάνοντας υπόψη τα ποσά, τη συχνότητα και τον αντίκτυπό τους στις πωλήσεις και τα έσοδα.

Σωστή απάντηση: δ) Καταγραφή των σημαντικότερων εξόδων, λαμβάνοντας υπόψη τα ποσά, τη συχνότητα και τον αντίκτυπό τους στις πωλήσεις και τα έσοδα.

Ερώτηση 5:

Τι αντιπροσωπεύουν τα τμήματα πελατών σε μια επιχείρηση;

α) Τυχαίες ομάδες ατόμων χωρίς συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

β) Τα άτομα που έχουν το υψηλότερο εισόδημα.

γ) Ομάδες ανθρώπων των οποίων οι ανάγκες μπορούν να αγνοηθούν.

δ) Ομάδες ανθρώπων των οποίων οι ανάγκες μπορεί να ικανοποιήσει μια επιχείρηση ή για τους οποίους μπορεί να δημιουργήσει αξία.

Σωστή απάντηση: δ) Ομάδες ανθρώπων των οποίων οι ανάγκες μπορεί να ικανοποιήσει μια επιχείρηση ή για τους οποίους μπορεί να δημιουργήσει αξία.

Ερώτηση 6:

Ποιος είναι ο ρόλος των καναλιών πελατών σε μια επιχείρηση;

α) Είναι περιττές πτυχές που μπορούν να αγνοηθούν στον επιχειρηματικό σχεδιασμό.

β) Καθορίζουν τη στρατηγική τιμολόγησης προϊόντων ή υπηρεσιών.

γ) Αφορούν αποκλειστικά τοποθεσίες φυσικών καταστημάτων.

δ) Χρησιμοποιούνται για να προσεγγίσουν πελάτες και να προσφέρουν προτάσεις αξίας.

Σωστή απάντηση: δ) Χρησιμοποιούνται για την προσέγγιση πελατών και την παράδοση προτάσεων αξίας.

Ερώτηση 7:

Ποιες πτυχές είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη κατά την ανάπτυξη σχέσεων με τους πελάτες σε μια επιχείρηση;

α) Ο αριθμός των τοποθεσιών φυσικών καταστημάτων

β) Εστίαση μόνο στην απόκτηση νέων πελατών

γ) Πώς να μειώσετε το κόστος για τους πελάτες

δ) Πώς να διατηρήσετε και να προσελκύσετε νέους πελάτες, να διατηρήσετε υπάρχοντες και να αυξήσετε τα έσοδα από τους τρέχοντες πελάτες

Σωστή απάντηση: δ) Πώς να διατηρήσετε και να προσελκύσετε νέους πελάτες, να διατηρήσετε υπάρχοντες και να αυξήσετε τα έσοδα από τους τρέχοντες πελάτες

Ερώτηση 8:

Τι περιλαμβάνουν οι ροές εσόδων σε μια επιχείρηση;

α) Μόνο τα έξοδα που πραγματοποιεί η εταιρεία.

β) Πηγές εισοδήματος χωρίς να λαμβάνονται υπόψη ποσά και συχνότητα.

γ) Οτιδήποτε αποφέρει έσοδα στην εταιρεία, λαμβάνοντας υπόψη τα ποσά, τη συχνότητα και τα σχετικά έξοδα και τα τμήματα πελατών.

δ) Έξοδα που δεν σχετίζονται με τμήματα πελατών.

Σωστή απάντηση: γ) Οτιδήποτε αποφέρει έσοδα στην εταιρεία, λαμβάνοντας υπόψη τα ποσά, τη συχνότητα και τα σχετικά έξοδα και τα τμήματα πελατών.

βιβλιογραφικές αναφορές

Παραδείγματα αναφοράς APA 7ης έκδοσης:

Για άρθρα:

Επώνυμο, ΑΑ (Έτος). Τίτλος του έργου. Τίτλος της δημοσίευσης με πλάγιους χαρακτήρες, τόμος με πλάγιους χαρακτήρες (τεύχος), σελίδες. doi ή σύνδεσμος

Oliver, KL, & Lalik, R. (2004). Κριτική Διερεύνηση για το Σώμα στα Μαθήματα Φυσικής Αγωγής Κοριτσιών: Μια Κριτική Μεταδομική Προοπτική. *Journal of Teaching in Physical Education*, 23(1), 162 -195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Για βιβλία:

Επώνυμο, ΑΑ (Έτος). Τίτλος με πλάγιους χαρακτήρες. Εκδότης.

Spiegel, D. (1981). Διαβάζοντας για ευχαρίστηση: Οδηγίες. International Reading Association.

Για τα κεφάλαια του βιβλίου:

Επώνυμο, ΑΑ, & Επώνυμο, ΑΑ (Έτος). Τίτλος του κεφαλαίου. Στο Α. Επώνυμο & Α.Α. Επώνυμο (Επιμ.), Τίτλος του βιβλίου με πλάγιους χαρακτήρες (σελ. xx-xx). Εκδότης.

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Μαγειρικές τέχνες: Ταλέντο και ανάπτυξή τους. Στο RF Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & FC Worrell (Επιμ.), *Η ψυχολογία των υψηλών επιδόσεων: Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού σε ταλέντα συγκεκριμένου τομέα* (σελ. 345-359). Αμερικάνικη Ομοσπονδία Ψυχολογίας. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Παραπομπές εντός κειμένου

Παραδείγματα αναφορών APA 7ης έκδοσης:

Εάν υπάρχουν 1 ή 2 συγγραφείς, την πρώτη και τις διαδοχικές φορές που αναφέρονται, πρέπει να αναφέρονται όλοι οι συγγραφείς.

Εάν υπάρχουν 3 ή περισσότεροι συγγραφείς, το επώνυμο του πρώτου συγγραφέα και "et al." από την πρώτη φορά που αναφέρονται (σε παραπομπές ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΟΛΟΙ ΟΙ ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ).

ΠΑΡΑΦΡΑΣΗ

Ενώ έχουν φανεί βελτιώσεις στην αερόβια ικανότητα μετά από 8 έως 12 εβδομάδες προπόνησης (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), μόνο ο Goins (2014) έλαβε σημαντική βελτιώσεις στην αναερόβια ικανότητα μετά από 6 εβδομάδες του προγράμματος CrossFit.

ΠΑΡΑΘΕΣΕΙΣ

Οι Dí az και Herná ndez (2010), θεωρούν ότι η συνεργατική μάθηση είναι «η παιδαγωγική χρήση μιας μικρής κοινότητας, στην οποία οι μαθητές συνεργάζονται για να αυξήσουν την εκπαίδευσή τους και των άλλων μελών» (σελ. 87).