

Ενότητα 2: Ηλεκτρονικό εμπόριο

IMPACT CIRCLES

Ενότητα 2: Ηλεκτρονικό εμπόριο	
Μονάδα 1	Πώς να πουλάτε στο Διαδίκτυο
Θέμα 1	Ερευνα αγοράς
Θέμα 2	Προσδιορισμός ανταγωνιστικής τιμής
Θέμα 3	Δημιουργία σχεδίου μάρκετινγκ
Θέμα 4	Επιλογή πλατφόρμας και επιλογή επιχειρηματικού μοντέλου
Θέμα 5	Αποθήκευση, συσκευασία και παράδοση
Θέμα 6	Δημιουργία ιστότοπου και επιλογές πληρωμής
Θέμα 7	Δημιουργία περιεχομένου ιστοσελίδας & SEO
Θέμα 8	Έναρξη καναλιών ψηφιακού μάρκετινγκ

Ενότητα 2: Ηλεκτρονικό εμπόριο	
Μονάδα 2	Πώς να βάλετε σωστά τις τιμές
Θέμα 1	Τιμολόγηση
Θέμα 2	Βρίσκοντας τη σωστή τιμή
Θέμα 3	Βρίσκοντας το επιθυμητό κέρδος
Θέμα 4	Μελετήστε τις τιμές των ανταγωνιστών σας
Θέμα 5	Καθορισμός τιμών χονδρικής και λιανικής

Ενότητα 2: Ηλεκτρονικό εμπόριο	
Ενότητα 3	Αποτελεσματική παράδοση και συσκευασία
Θέμα 1	Αποστολή και συσκευασία
Θέμα 2	Βρείτε τον κατάλληλο συνεργάτη αποστολής και κρατήστε τακτοποιημένα αρχεία αποστολής
Θέμα 3	Δημιουργήστε μια καλή εντύπωση με τη συσκευασία σας
Θέμα 4	Δίνοντας προσοχή στους τρόπους πληρωμής

Ενότητα: Μαθησιακά Αποτελέσματα

Ενότητα 2 - Ηλεκτρονικό εμπόριο

Εισαγωγικό κείμενο: Σε αυτήν την ενότητα, θα μάθετε τα βασικά του ηλεκτρονικού εμπορίου και σε τι αποτελείται. Τα μαθήματα ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να είναι ανεκτίμητα για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας με το σωστό πόδι. Οι δεξιότητες που θα μάθετε σε αυτήν την ενότητα θα σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε την επιχείρησή σας στο ηλεκτρονικό εμπόριο και να γίνετε επιτυχημένοι σε αυτό, και θα διασκεδάσετε ολοκληρώνοντας το μάθημα και εφαρμόζοντας τα πάντα στην πράξη!

Η γνώση Δηλώσεις για το τι γνωρίζει ο μαθητής:	Δεξιότητες Δηλώσεις του τι μαθητής καταλαβαίνουν:	Αρμοδιότητες Δηλώσεις για το τι είναι σε θέση να κάνει ένας εκπαιδευόμενος με την ολοκλήρωση μιας μαθησιακής διαδικασίας
- ένας μαθητής θα αποκτήσει θεμελιώδεις γνώσεις σχετικά με το μάρκετινγκ και το ηλεκτρονικό εμπόριο, θα μάθει περισσότερα για το τι είναι σημαντικό στην έρευνα αγοράς και στη δημιουργία ενός σχεδίου μάρκετινγκ, καθώς και στην τιμολόγηση και την αποστολή - ο	- ηλεκτρονικό εμπόριο, μάρκετινγκ, προσέγγιση πελατών, αναλύσεις μάρκετινγκ	- ένας εκπαιδευόμενος θα είναι ικανός στην επίλυση προβλημάτων, στη συγκρότηση ομάδας, στη λήψη αποφάσεων
μαθητής θα μάθει περισσότερα για την αύξηση του κέρδους και την πιο ακριβή στόχευση καταναλωτή	- Διαχείριση χρόνου, κριτική σκέψη	- ένας εκπαιδευόμενος θα είναι ικανός στην ψηφιακή ικανότητα της επιχείρησής του

Εισαγωγικό βίντεο

Γεια σε όλους!

Σε αυτό το βίντεο για την ενότητα 2, θα καλύψουμε τα βασικά του ηλεκτρονικού εμπορίου και μέχρι το τέλος των μαθημάτων, θα μπορείτε να κάνετε έρευνα αγοράς, να μπορείτε να δημιουργήσετε ένα σχέδιο μάρκετινγκ και να δημιουργήσετε έναν ιστότοπο, καθώς και να κατανοήσετε τις τιμές και αποστολή, ενώ διασκεδάζετε κάνοντας το

Ενότητα 1: Πώς να πουλάτε στο Διαδίκτυο

Θέμα 1: Έρευνα αγοράς

- συνίσταται στη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του δυναμικού οι πελάτες
- καθορισμός ομάδων-στόχων – που επιτρέπει στους επαγγελματίες του μάρκετινγκ να επικεντρωθούν σε αυτούς που είναι πιο πιθανό να αγοράσουν το προϊόν (μπορεί να γίνει με έρευνες και σχόλια πελατών, κατανοώντας ότι το προϊόν δεν είναι για όλους, απαιτεί να γνωρίζετε το κοινό σας)
- προσδιορισμός των πλεονεκτημάτων της προσφοράς σας – για παράδειγμα, παρακολουθώντας τις τιμές του ανταγωνισμού
- ανάλυση του ανταγωνισμού (προσδιορίστε τους ανταγωνιστές, συλλέξτε πληροφορίες για αυτούς, αναλύστε δυνατά και αδύναμα σημεία και προσδιορίστε το ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα)

Θέμα 2: Καθορισμός ανταγωνιστικής τιμής

- Η ανταγωνιστική τιμολόγηση είναι μια στρατηγική όπου η τιμή ενός προϊόντος καθορίζεται σύμφωνα με ανταγωνιστικές τιμές
- Οι πελάτες δεν σκέφτονται το κόστος παραγωγής, εξετάζουν υποκειμενικά τι αξίζει ένα προϊόν

Θέμα 3: Δημιουργία σχεδίου μάρκετινγκ

- πρόκειται για την επισημοποίηση του τρόπου με τον οποίο σκοπεύετε να αυξήσετε την επισκεψιμότητα σε έναν ιστότοπο και να τον μετατρέψετε από αυτόν
υποψήφιους χρήστες σε πελάτες
- το σχέδιο προσδιορίζει ακριβώς πώς μια επιχείρηση σκοπεύει να χρησιμοποιήσει το μάρκετινγκ ηλεκτρονικού εμπορίου
καναλιών για την προσέλκυση, τη μετατροπή και τη διατήρηση πελατών

Θέμα 4: Επιλογή πλατφόρμας και επιλογή επιχειρηματικού μοντέλου

- όταν επιλέγετε μια πλατφόρμα, πρέπει να λάβετε υπόψη ορισμένους παράγοντες – για παράδειγμα, ορισμένα δημογραφικά στοιχεία κοινού, επειδή ορισμένες πλατφόρμες στοχεύουν συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία πιο αποτελεσματικά από άλλες
- επιλογή επιχειρηματικού μοντέλου – dropshipping έναντι εκπλήρωσης έναντι μοντέλου αποθέματος

Θέμα 5: Αποθήκευση, συσκευασία και παράδοση



Θέμα 6: Δημιουργία ιστότοπου και επιλογές πληρωμής

Δημιουργία ιστοσελίδας

- ο καθορισμός των απαραίτητων δυνατοτήτων και λειτουργικότητας του ιστότοπου θα ποικίλλει ανάλογα με το επιχειρηματικό μοντέλο και τις μοναδικές ανάγκες
- δημιουργία λίστας λειτουργιών που χρειάζεται ο ιστότοπος ηλεκτρονικού εμπορίου

Επιλογές πληρωμής

- κατά τη δημιουργία μιας διαδικτυακής βιτρίνας, είναι πολύτιμο να γνωρίζετε τους τρόπους πληρωμής που χρησιμοποιούν ή προτιμούν οι πελάτες

Θέμα 7: Δημιουργία περιεχομένου ιστότοπου & SEO

- για παράδειγμα, ηλεκτρονικά βιβλία, φυλλάδια προϊόντων, αναρτήσεις ιστολογίου, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, βίντεο



Θέμα 8: Έναρξη καναλιών μάρκετινγκ

- Meta (FB, IG), Google, YouTube, TikTok
- επιτρέπει στις επιχειρήσεις να συνδέονται με πελάτες σε πραγματικό χρόνο, χτίζοντας εμπιστοσύνη και αφοσίωση μεταξύ των πελατών
- βοηθά επίσης στην αύξηση της επισκεψιμότητας, των δυνητικών πελατών και των πωλήσεων, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να προσεγγίσουν ένα ευρύ φάσμα στόχων με οικονομικά αποδοτικό τρόπο

Ενότητα 2: Πώς να βάλετε σωστά τις τιμές

Θέμα 1: Τιμολόγηση

- Η τιμολόγηση μπορεί να σας βοηθήσει να υπολογίσετε πόσο κέρδος πρόκειται να αποκομίσει κάποιος τις πωλήσεις τους. Η τιμή των αντικειμένων είναι κάτι που θα κοιτάξει κάθε πελάτης. Μπορεί καθορίστε πώς είναι. επιτυχής κάποιου επιχείρηση



Θέμα 2: Εύρεση της σωστής τιμής

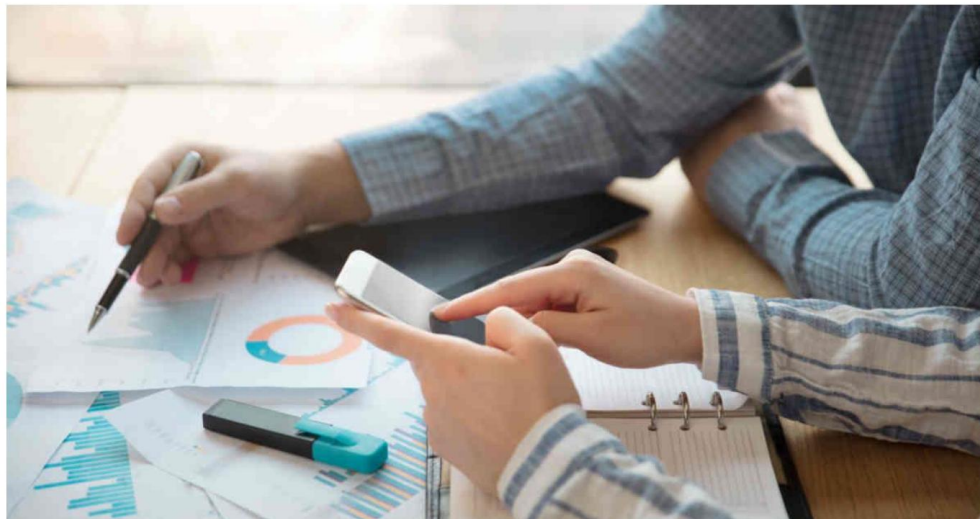
- Υπάρχουν 3 πτυχές του κόστους παραγωγής που πρέπει να ληφθούν υπόψη:
 - Κόστος υλικών
 - Κόστος εργασίας (ο χρόνος και τα χρήματα που απαιτούνται για να εργαστείτε σε προϊόντα – συνυπολογίστε πράγματα όπως η διαχείριση αποστολής και εξυπηρέτησης πελατών) • Πρόσθετα έξοδα (αναφέρετε κάθε λειτουργικό κόστος που επηρεάζει συγκεκριμένο προϊόν, από το μάρκετινγκ έως μελάνι ταμειακής μηχανής)
- Τώρα, προσθέστε υλικά, εργασία και έξοδα μαζί για να βρείτε το συνολικό κόστος παραγωγής για συγκεκριμένο είδος. Στη συνέχεια, εξετάστε το ποσό του αντικειμένου που μπορείτε να πουλήσετε και, στη συνέχεια, διαιρέστε το συνολικό κόστος παραγωγής με αυτό το ποσό για να λάβετε τη νεκρή τιμή (αυτή είναι η χαμηλότερη τιμή στην οποία μπορείτε να το πουλήσετε και να μην χάσετε χρήματα).

Θέμα 3: Εύρεση κέρδους που επιθυμείτε

- Όταν γνωρίζετε τη χαμηλότερη τιμή για την οποία μπορείτε ενδεχομένως να χρεώσετε, πρέπει να το καταλάβετε πόσο κέρδος θέλετε να βγάλετε. Βρείτε το συνολικό κέρδος που θα σας αφήσει να φτάσετε στο α λογικό πλαίσιο στόχων. σε ένα λογικός χρόνος

Θέμα 4: Μελετήστε τις τιμές των ανταγωνιστών σας

- Διασφαλίζοντας πάντα ότι οι τιμές σας παραμένουν σχετικές με την αγορά, οι αγοραστές θα είναι λιγότερο πιθανό να στραφούν στους ανταγωνιστές σας και θα είναι πιο πιθανό να αγοράσουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες της επιχείρησής σας.



Θέμα 5: Καθορισμός χονδρικής και λιανικής τιμολόγησης

- Χονδρική τιμή είναι το ποσό που πληρώνει ένας χονδρέμπορος ή διανομέας σε έναν κατασκευαστή για την τιμή του εμπορεύματα.
- Η τιμή λιανικής που ορίζετε για κάθε δεδομένο είδος πρέπει να περιλαμβάνει το κόστος του αντικειμένου, καθώς και όποιες σημάνσεις και αν κάνετε επωφελούνται από την πώληση το.

Ενότητα 3: Αποτελεσματική παράδοση και συσκευασία

Θέμα 1: Αποστολή και συσκευασία

- Είναι σημαντικό να εξετάσετε μια ποικιλία επιλογών αποστολής και να κάνετε μια ενημερωμένη επιλογή ως προς αυτό τι λειτουργεί για τους πελάτες και την επιχείρησή σας. Κατά τη συσκευασία, βεβαιωθείτε όλα φτάνουν άθικτα. Περιορίστε το μέγεθος και το βάρος όσο το δυνατόν περισσότερο, τήρηση αναλογικού πακέτου κουτί προς την τα δικά σου

Θέμα 2: Βρείτε τον κατάλληλο συνεργάτη αποστολής και κρατήστε τακτοποιημένα αρχεία αποστολής

- Όταν ερευνάτε συνεργάτες, σκεφτείτε πόσο γρήγορα μπορούν να φέρουν τα πακέτα σας στους πελάτες σας και την τιμή που πρόκειται να σας χρεώσουν. Αναζητήστε συνεργάτες που μπορούν να σας βοηθήσουν να ελαχιστοποιήσετε το κόστος. Πολλοί αποστολείς χρεώνουν λιγότερο εάν εκτυπώνετε τις δικές σας ετικέτες ή πληρώνετε ηλεκτρονικά.
- Διατηρήστε μια λίστα με τις παραγγελίες που βγαίνουν, συμπεριλαμβανομένων των ημερομηνιών αποστολής και της παρακολούθησης αριθμοί.

Θέμα 3: Δημιουργήστε καλή εντύπωση με τη συσκευασία σας

- Όσο περισσότερο προσέχετε το στυλ συσκευασίας σας, τόσο πιο πιθανό είναι οι πελάτες σας να αισθάνονται καλά με αυτό που αγόρασαν και να είναι πιο πιθανό να αγοράσουν ξανά από εσάς.
Να είσαι δημιουργικός.

Θέμα 4: Δώστε προσοχή στους τρόπους πληρωμής

- Οι πιστωτικές κάρτες είναι η πιο δημοφιλής μορφή ηλεκτρονικής πληρωμής σε ορισμένες χώρες. Για όσους ενδέχεται να μην έχουν πιστωτική κάρτα ή τραπεζικό λογαριασμό, οι διαδικτυακές τραπεζικές μεταφορές, οι ιστότοποι για κινητά, οι επιλογές πληρωμής με μετρητά είναι μερικές εναλλακτικές μέθοδοι για έναν εύκολο τρόπο αγοράς στο διαδίκτυο. Είναι σημαντικό να γνωρίζετε πώς θέλει να πληρώνει ο πελάτης σας.



Μαθησιακή Δραστηριότητα 1: Τίτλος

Παρέχετε εδώ σχετικά πρακτικά εργαλεία και ασκήσεις για τη συγκεκριμένη ενότητα και επεξεργαστείτε μια μίνι εργαλειοθήκη (3-5 μαθησιακές δραστηριότητες ανά ενότητα ιδανικά -1 ανά ενότητα). Ο παρακάτω πίνακας παρέχει μια δομή για τις δραστηριότητες. Περιγράψτε κάθε δραστηριότητα στον πίνακα. Παρέχετε πρόσθετο υλικό για μια δραστηριότητα ως λίστα συνδέσμων ή ως παράρτημα (π.χ. φυλλάδια, εικόνες, γραφικά, γραφήματα, παρουσιάσεις, παιχνίδια, χάρτες μυαλού, βίντεο κ.λπ.). Ο πίνακας είναι γεμάτος με ένα παράδειγμα.

Εκπαιδευτικός στόχος	Είδος δραστηριότητας	Περιεχόμενο	Πρόσθετα υλικά
Γνώσεις και δεξιότητες που σχετίζονται με ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ - Πώς να πουλάτε online και να τιμάτε σωστά	Ατομική άσκηση / ομαδική	Μετά την αναθεώρηση του Ενότητα 2, κάντε μια έρευνα αγοράς - συγκεντρώστε πληροφορίες σχετικά με τις ανάγκες και προτιμήσεις των πιθανών πελατών και γράψτε για το πώς θα βρείτε τη σωστή τιμή για το προϊόν σας	https://www.youtube.com/watch?v=mUIYuYoo https://www.youtube.com/watch?v=H3r9M3QhnNQ

Εκτίμηση

Ερώτηση 1:

Σε τι συνίσταται η έρευνα αγοράς;

α) Χειρισμός αγοραστικής συμπεριφοράς

β) Συγκέντρωση πληροφοριών για τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πιθανών πελατών

γ) Εξήγηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς

Σωστή απάντηση: β) Συγκέντρωση πληροφοριών για τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πιθανών πελατών

Ερώτηση 2:

Τι είναι η ανταγωνιστική τιμολόγηση ως επιχειρηματική στρατηγική;

α) Καθορισμός μιας τιμής που είναι σημαντικά υψηλότερη από τους ανταγωνιστές για τη μεταφορά της αξίας πριμοδότησης

β) Καθορισμός τιμής με βάση το κόστος παραγωγής του προϊόντος

γ) Καθορισμός τιμής σύμφωνα με τις τιμές ανταγωνιστή για να παραμείνει ανταγωνιστικός στην αγορά

δ) Καθορισμός τιμής χαμηλότερης από τους ανταγωνιστές για να προσελκύσει πελάτες ευαίσθητους στις τιμές

Σωστή απάντηση: γ) Καθορισμός τιμής σύμφωνα με τις τιμές ανταγωνιστών για να παραμείνει ανταγωνιστικός στην αγορά.

Ερώτηση 3:

Ποια είναι η σημασία της τιμολόγησης για μια επιχείρηση;

α) Η τιμολόγηση καθορίζει το μέγεθος του ανταγωνισμού στην αγορά.

β) Η τιμολόγηση επηρεάζει άμεσα την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών.

γ) Η τιμολόγηση βοηθά στον προσδιορισμό της συνολικής οικονομικής επιτυχίας μιας επιχείρησης επηρεάζοντας το περιθώριο κέρδους.

δ) Η τιμολόγηση επηρεάζει τον αριθμό των πελατών που μπορεί να προσελκύσει μια επιχείρηση.

Σωστή απάντηση: γ) Η τιμολόγηση βοηθά στον προσδιορισμό της συνολικής οικονομικής επιτυχίας μιας επιχείρησης επηρεάζοντας το περιθώριο κέρδους.

Ερώτηση 4:

Οι παρακάτω είναι πτυχές του κόστους παραγωγής, εκτός από ποια;

α) Πρόσθετα έξοδα

β) Κόστος έρευνας

γ) Κόστος εργασίας

δ) Κόστος υλικών

Σωστή απάντηση: β) Κόστος έρευνας

Ερώτηση 5:

Ποια είναι η πιο δημοφιλής μορφή ηλεκτρονικής πληρωμής σε ορισμένες χώρες;

α) Χρεωστικές κάρτες

β) Τραπεζικά εμβάσματα

γ) Αντικαταβολή

δ) Πιστωτικές κάρτες

Σωστή απάντηση: δ) Πιστωτικές κάρτες.

Περίληψη

Παρακαλούμε αναφέρετε εδώ τις πιο σημαντικές γνώσεις, ευρήματα ή επίσης συμβουλές/συμβουλές που ο δικαιούχος δεν πρέπει να ξεχνά όταν πηγαίνει στο επόμενο βήμα της διαδικασίας. Παρακαλούμε διατηρήστε τη μορφή των κουκκίδων.

- Στην έρευνα αγοράς, είναι σημαντικό να ορίσετε ομάδες-στόχους, να καθορίσετε τα οφέλη σας προσφέρουν και αναλύουν τον ανταγωνισμό.
- Το σχέδιο μάρκετινγκ προσδιορίζει ακριβώς πώς μια επιχείρηση σκοπεύει να χρησιμοποιήσει τα κανάλια μάρκετινγκ ηλεκτρονικού εμπορίου για να προσελκύσει, να μετατρέψει και να διατηρήσει πελάτες
- 3 πτυχές του κόστους παραγωγής είναι το κόστος των υλικών, το κόστος εργασίας και τα πρόσθετα έξοδα
- Όσο περισσότερο προσέχετε το στυλ συσκευασίας σας, τόσο πιο πιθανό είναι οι πελάτες σας να αισθάνονται καλά με αυτό που αγόρασαν και θα είναι πιο πιθανό να αγοράσουν ξανά από εσάς

Περαιτέρω υλικό

- Παρέχετε προτάσεις για περαιτέρω ανάγνωση, χρήσιμα κουίζ για λήψη, υλικό βίντεο για παρακολούθηση ή άλλο που φαίνεται κατάλληλο για υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας.

https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=AghLJOlpRrwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=how+to+sell+online&ots=5xYATrdA9c&sig=1593nrJUbGpwiuRthKuxvF2dyp0&redir_esc=y#v=onepage&q=how%20to%20sell%20online&f=false

https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=49uADQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=how+to+sell+online&ots=Lnq3v4tqAg&sig=VdCiGGfW5KvnO0x3eDEafsg13Ps&redir_esc=y#v=onepage&q=how%20to%20sell%20online&f=false

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).