



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Καστοριά, Ιούνιος 2019

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΜΕΡΟΣ Α: Γενικά Στοιχεία

A1. Σύντομη Περιγραφή-Ιστορικό.....σελ.	3
A2.Στόχοι – Αντικείμενο.....σελ.	4
A3.Μαθησιακά Αποτελέσματα.....σελ.	5
A4.Επαγγελματικές Προοπτικές.....σελ.	6
A5.Διοίκηση Τμήματος.....σελ.	7
A6.Ακαδημαϊκό Προσωπικό.....σελ.	8
A7.Υποδομές-Εγκαταστάσεις.....σελ.	9
A8.Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας.....σελ.	11
A9.Συνεργασίες -Δραστηριότητες – Ομάδα Επικοινωνίαςσελ.	11

ΜΕΡΟΣ Β: Πρόγραμμα Σπουδών

B1. Απονεμόμενος Ακαδημαϊκός Τίτλος.....σελ.	14
B2. Προϋποθέσεις Εισαγωγής.....σελ.	14
B3. Πρόσβαση σε Περαιτέρω Σπουδές.....σελ.	14
B4. Διάγραμμα Μαθημάτων.....σελ.	14
B5. Μαθήματα Υποχρεωτικά και Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικά.....σελ.	17
B6. Αλληλουχία Μαθημάτων.....σελ.	18
B7. Εξετάσεις.....σελ.	18
B8. Πτυχιακή Εργασία.....σελ.	18
B9. Πρακτική Άσκηση Φοιτητών Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.....σελ.	19

ΜΕΡΟΣ Γ: Περιγραφή Μαθημάτων

Γ1. Μαθήματα 1 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	21
Γ2. Μαθήματα 2 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	36
Γ3. Μαθήματα 3 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	54
Γ4. Μαθήματα 4 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	89
Γ5. Μαθήματα 5 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	122
Γ6. Μαθήματα 6 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	160
Γ7. Μαθήματα 7 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	195
Γ8. Μαθήματα 8 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	229

ΜΕΡΟΣ Α

Γενικά Στοιχεία

A1. Σύντομη Περιγραφή - Ιστορικό

Το Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων της Σχολής Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας ιδρύθηκε το 2019 (ΦΕΚ 70/2019). Αν και νεοσύστατο, η ακαδημαϊκή του ταυτότητα μπορεί να αναζητηθεί σε μια μακρόχρονη πορεία που ξεκινά από την ίδρυση του πρώτου Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας στην Ελλάδα στην Καστοριά και άφησε ένα σημαντικό αποτύπωμα στην ακαδημαϊκή κοινότητα της χώρας. Με εδραιωμένη θέση στον τομέα της Επικοινωνίας, το Τμήμα εξελίσσονταν θεραπεύοντας την πολυπλοκότητα και τις συνεχείς προκλήσεις της Επικοινωνίας. Εντάσσοντας το 2013 στην ονομασία του το αντικείμενο των Ψηφιακών Μέσων, χωρίς αλλαγή του γνωστικού αντικείμενου του Τμήματος, ενίσχυσε τις σπουδές στο Τμήμα με την διάσταση των Ψηφιακών Μέσων αναδεικνύοντας την σημασία των εξελίξεων των νέων μέσων και του ρόλου τους στην επιστήμη της Επικοινωνίας.

Το 2010 το Τμήμα περιλαμβάνεται στα χρονικά πρώτα 25 Τμήματα τα οποία περνούν την διαδικασία της εξωτερικής αξιολόγησης της ΑΔΙΠ και τα κύρια πορίσματα της αξιολόγησης αναφέρουν :

- Πρόγραμμα σπουδών εφάμιλλο αντίστοιχων προγραμμάτων σπουδών Πανεπιστημίων του εξωτερικού.
- Υψηλή απορρόφηση αποφοίτων στην αγορά εργασίας ακόμη και πριν από την λήψη του πτυχίου.
- Υψηλό ερευνητικό επίπεδο και ενσωμάτωση των ερευνητικών αποτελεσμάτων στο περιεχόμενο του προγράμματος σπουδών.

Η εξωτερική αξιολόγηση έδωσε την δυνατότητα στο Τμήμα να προχωρήσει στην σχεδίαση και οργάνωση Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών με τίτλο «Μάστερ στις Δημόσιες Σχέσεις και το Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες», το οποίο ξεκίνησε την λειτουργία του το ακαδημαϊκό έτος 2012-2013.

Το Τμήμα για πολλά έτη περιλαμβάνονταν μεταξύ των ελκυστικότερων Τμημάτων της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης με βάση τον αριθμό δηλώσεων υποψηφίων στο Μηχανογραφικό. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στα αποτελέσματα των Πανελλαδικών του 2017 το Τμήμα κατατάσσεται στην 2η θέση μεταξύ όλων των Τμημάτων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης σε αριθμό δηλώσεων στο Μηχανογραφικό. Συγκεκριμένα στις Πανελλαδικές του 2017 δήλωσαν το Τμήμα στο μηχανογραφικό 13300 υποψήφιοι, ενώ διαχρονικά το Τμήμα βρίσκεται με μεγάλη συχνότητα μεταξύ των 30 πρώτων τμημάτων σε αριθμό δηλώσεων υποψηφίων.

Το 2017 ιδρύεται και λειτουργεί στο Τμήμα το Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας (ΦΕΚ 459/16-2-2017). Σκοπός του εργαστηρίου είναι η εκπόνηση έρευνας και έργων ανάπτυξης καθώς και η εξυπηρέτηση ερευνητικών και εκπαιδευτικών αναγκών στο χώρο των Ψηφιακών Μέσων και της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Στο σύντομο χρόνο λειτουργίας του, το Εργαστήριο έχει διαγράψει σημαντικό έργο με εξωστρέφεια και συνεργασίες με σημαντικούς φορείς της χώρας μας, όπως το Γαλλικό Ινστιτούτο Θεσσαλονίκης, το Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού και η Διεθνής Έκθεση Βιβλίου Θεσσαλονίκης. Παράλληλα, επιδεικνύει έμπρακτα τον ερευνητικό του προσανατολισμό με την υποβολή προτάσεων σε ερευνητικά προγράμματα με στόχο την αξιοποίηση της ακαδημαϊκής γνώσης και τεχνογνωσίας στην επιχειρηματική πρακτική και την καινοτομία καθώς στην υλοποίηση νέων ερευνητικών προκλήσεων.

Το 2018 ξεκίνησε νέο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών σε συνεργασία με το Παιδαγωγικό Τμήμα Νηπιαγωγών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας με τίτλο «Δημόσιος Λόγος και Ψηφιακά Μέσα».

Με τον Ν.4610/2019 ιδρύεται στην Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών το Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων στο οποίο εντάσσεται η ακαδημαϊκή κοινότητα, ο εξοπλισμός και το εργαστήριο του πρώην Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας συνδέοντας έτσι μια πετυχημένη διαχρονική πορεία στον χώρο της επιστήμης της Επικοινωνίας που ξεκίνησε από το 1999, με μια νέα δυναμική που προσδίδει στις σπουδές Επικοινωνίας η Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών και το Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.

A2. Στόχοι - Αντικείμενο

Το Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων της Σχολής Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας εδρεύει στην Καστοριά. Στον Πανεπιστημιακό ακαδημαϊκό χάρτη τοποθετείται με τα αντίστοιχα αμιγή Τμήματα Επικοινωνίας δίνοντας επιπρόσθετα έμφαση στην σύνδεση της Επιστήμης της Επικοινωνίας με τις εξελίξεις στα Ψηφιακά Μέσα και το νέο Ψηφιακό Περιβάλλον.

Αποστολή του τμήματος είναι να προσφέρει θεωρητική και πρακτική γνώση υψηλού επιστημονικού επιπέδου στους φοιτητές/φοιτήτριες αλλά και να προάγει την έρευνα στο πολυδιάστατο πεδίο της Επικοινωνίας συνδυάζοντας επιπρόσθετα την επιστήμη της Επικοινωνίας με τα Ψηφιακά Μέσα και το νέο Ψηφιακό Περιβάλλον.

Το πρόγραμμα σπουδών του καλύπτει το επιστημονικό πεδίο της Επικοινωνίας συνδυάζοντας γνωστικά αντικείμενα που εντάσσονται στις Κοινωνικές Επιστήμες και ακολουθώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση που πλαισιώνεται από επιστημονικά πεδία όπως της Μαζικής Επικοινωνίας, της Δημοσιογραφίας, των Δημοσίων Σχέσεων, της Διαφήμισης, της Έρευνας Αγοράς και του Μάρκετινγκ, της Πολιτικής Επιστήμης, της Κοινωνιολογίας και της Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας. Παράλληλα, το Πρόγραμμα Σπουδών λαμβάνει υπόψη τις νέες τάσεις στην Επιστήμη των Ψηφιακών Μέσων και των Νέων Τεχνολογιών και ιδιαίτερα του Διαδικτύου και των Πολυμέσων καθώς και τις ραγδαίες εξελίξεις που αυτές επιφέρουν στο χώρο της Επικοινωνίας προσφέροντας μαθήματα που συνδέουν την επιστήμη της Επικοινωνίας με τα Ψηφιακά Μέσα.

Ακολουθώντας μια φοιτητοκεντρική προσέγγιση, το Τμήμα στοχεύει στην προσφορά υψηλού επιπέδου Σπουδών μέσα από την επιστημονική κατάρτιση, τη θεωρητική αλλά και την πρακτική εκπαίδευση των φοιτητών στον τομέα της Επικοινωνίας καθώς και των εξελίξεων της Επικοινωνίας με τα σύγχρονα Ψηφιακά Μέσα. Βασική επιδίωξη είναι να καταρτίσει επιστήμονες και ικανά στελέχη που θα αποκτήσουν υψηλού επιπέδου τεχνογνωσία για να ανταποκριθούν στις σύγχρονες ανάγκες του επαγγέλματος του Επικοινωνιολόγου και του Συμβούλου Επικοινωνίας λαμβάνοντας υπόψη και τις εξελίξεις του Ψηφιακού Περιβάλλοντος και που θα μπορούν να διαχειρίζονται αποδοτικά την επικοινωνία αλλά και τα νέα σύγχρονα ψηφιακά μέσα για μια ευδόκιμη επαγγελματική πορεία στο πεδίο της εφαρμοσμένης επικοινωνίας (Πολιτική Επικοινωνία, Δημόσιες Σχέσεις, Μάρκετινγκ, Διαφήμιση, Διαχείριση Κρίσεων, Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση, Δημοσκοπήσεις), της Δημοσιογραφίας (σε έντυπα μέσα, ηλεκτρονικά μέσα και ψηφιακά μέσα) καθώς και σε πεδία που απαιτούν διαχείριση Ψηφιακών Μέσων για την αποτελεσματική λειτουργία τους στο νέο Ψηφιακό Περιβάλλον όπως στον Τουρισμό, Πολιτισμό και την Εκπαίδευση. Οι φοιτητές στο Τμήμα επωφελούνται από τις εξαιρετικές υποδομές διδασκαλίας και εργαστηρίων ενώ λειτουργούν σε ένα περιβάλλον που καλλιεργεί την δημιουργική και κριτική σκέψη.

Επιπρόσθετα, το Τμήμα στοχεύει να εξελίξει την ακαδημαϊκή – επιστημονική έρευνα σε ζητήματα που άπτονται των αντικειμένων της ευρύτερης Επικοινωνίας, του Διαδικτύου, των Κοινωνικών Δικτύων και Μέσων, του νέου Ψηφιακού Περιβάλλοντος, των Δημοσίων Σχέσεων, του Μάρκετινγκ, της Διαφήμισης, της Εκπαίδευσης με ψηφιακά μέσα και της εξ' αποστάσεως μάθησης με τη χρήση νέων τεχνολογιών, των σύγχρονων μορφών Πολυμέσων και Μεικτής Πραγματικότητας, της εξόρυξης γνώσης και γνώμης, της Επικοινωνίας Ανθρώπου-Μηχανής, της Πολιτικής Επικοινωνίας, της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, της Συμπεριφοράς Καταναλωτή.

Όραμα του Τμήματος είναι να αποτελέσει επιστημονικό κέντρο που θα συνεισφέρει δυναμικά στην εθνική και τοπική κοινωνία, την οικονομία, τη ζωή και τον πολιτισμό σε ζητήματα που άπτονται στην Επιστήμη της Επικοινωνίας και της εξέλιξης της με τα σύγχρονα Ψηφιακά Μέσα.

A3. Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος είναι δομημένο με τρόπο ώστε να επιτρέπει στους πτυχιούχους να:

- Αντιλαμβάνονται το σύγχρονο επικοινωνιακό πεδίο, τις δυνάμεις που το καθορίζουν και το ρόλο του στη σύγχρονη πολύ-πολιτισμική κοινωνία και κουλτούρα.
- Να κατανοούν την οργάνωση, τον τρόπο λειτουργίας και τις πολιτικές των επικοινωνιακών οργανισμών στο Ελληνικό αλλά και Διεθνές περιβάλλον.
- Να παράγουν επικοινωνιακά (εταιρικά και μη) και δημοσιογραφικά κείμενα για διαφορετικά μέσα (έντυπα, οπτικο-ακουστικά, διαδικτυακά) χρησιμοποιώντας τα διάφορα παραδοσιακά και ψηφιακά εργαλεία της επικοινωνίας για την παραγωγή επικοινωνιακού υλικού.
- Να παράγουν σύγχρονο και πολυδιάστατο πολυμεσικό περιεχόμενο (εικόνες, διανυσματικά και τρισδιάστατα γραφικά, βίντεο, κινούμενο σχέδιο, επαυξημένη και μικτή πραγματικότητα) για επικοινωνιακούς σκοπούς επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Να καταρτίζουν και να υλοποιούν επικοινωνιακά προγράμματα, εκστρατείες διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων, ενέργειες προβολής εικόνας οργανισμών/ατόμων, διαχείρισης επωνυμίας, προώθησης προϊόντος/υπηρεσιών και προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ενσωματώνοντας και τις νέες τεχνολογίες.
- Να διαχειρίζονται τα μέσα επικοινωνίας ενός οργανισμού (συμβατικά και ψηφιακά) και να παράγουν περιεχόμενο και πολυμεσικό υλικό.
- Να οργανώνουν και να υλοποιούν εκδηλώσεις δημοσίου ενδιαφέροντος (όπως εκθέσεις, ημερίδες, συνέδρια, εταιρικές εκδηλώσεις κ.α).
- Να χρησιμοποιούν τις διάφορες μεθόδους έρευνας και την επιστήμη των δεδομένων για τον εντοπισμό και την ανάλυση των επικοινωνιακών αναγκών αλλά και την αξιολόγηση των επικοινωνιακών ενεργειών ενός οργανισμού.
- Να χρησιμοποιούν μεθόδους έρευνας για την ανάπτυξη και αξιολόγηση καινοτόμου ψηφιακού περιεχομένου και εφαρμογών.
- Να συλλέγουν, συνθέτουν και να παρουσιάζουν πληροφορίες χρησιμοποιώντας τις κατάλληλες μεθόδους έρευνας και τα κατάλληλα μέσα επικοινωνίας.
- Να αναλύουν τα διάφορα επικοινωνιακά προβλήματα, να αξιολογούν τις εναλλακτικές επιλογές και να αποφασίζουν τους τρόπους επίλυσής τους.
- Να προσεγγίζουν με κριτική σκέψη τα διάφορα επικοινωνιακά εργαλεία και τις νέες τεχνολογίες.

- Να εξελίσσουν το επιστημονικό πεδίο της επικοινωνίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο σεβόμενοι τις αρχές της ηθικής επικοινωνίας, της δημοκρατίας και της δημόσιας σφαίρας.
- Να σταδιοδρομήσουν με επιτυχία στους τομείς που άπτονται της Επιστήμης της Επικοινωνίας καθώς και των Ψηφιακών Μέσων.
- Να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για να προχωρήσουν τις ακαδημαϊκές σπουδές τους σε σπουδές επόμενων κύκλων στο αντικείμενο του Τμήματος και συναφών επιστημονικών πεδίων.

Ταυτόχρονα οι απόφοιτοι του Τμήματος αποκτούν τις ακόλουθες ικανότητες και δεξιότητες:

- Προσωπικές: επικοινωνία μέσω προφορικού και γραπτού λόγου, ευελιξία και προσαρμοστικότητα στο δυναμικό εργασιακό περιβάλλον και στις ραγδαία εξελισσόμενες ψηφιακές τεχνολογίες, δεξιότητες ενσωμάτωσης των νέων τεχνολογιών στην εργασία τους, προσέγγισης των εργασιακών θεμάτων με κριτική σκέψη και δημιουργικότητα, επαγγελματική υπευθυνότητα και κοινωνική ευαισθησία, ικανότητα στην ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και χρήση κατάλληλων τεχνολογιών για την λήψη αποφάσεων για σύνθετα προβλήματα στο αντικείμενο της επικοινωνίας, ικανότητα στην σχεδίαση και διαχείριση έργων καθώς και στην παραγωγή ερευνητικών ιδεών.
- Κοινωνικές: ικανότητα εργασίας σε ομάδα, σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα, στη διαφορετικότητα και την πολύ-πολιτισμικότητα.

A4. Επαγγελματικές προοπτικές

Οι απόφοιτοι του Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων κατέχουν τόσο θεωρητικές όσο και πρακτικές γνώσεις, δεξιότητες εφαρμογής, και ικανότητες οι οποίες σχετίζονται με τους τομείς της επικοινωνίας όπως η δημοσιογραφία, η εταιρική επικοινωνία, οι δημόσιες σχέσεις, το μάρκετινγκ, η διαφήμιση, η πολιτική επικοινωνία, η διαχείριση επικοινωνιακών κρίσεων, η διαχείριση των σχέσεων με τα μέσα, η διεξαγωγή δημοσκοπήσεων. Επιπρόσθετα, οι απόφοιτοι αποκτούν υψηλού επιπέδου γνώσεις και ψηφιακές δεξιότητες που αφορούν τους τομείς της ψηφιακής επικοινωνίας, της λήψης και επεξεργασίας ψηφιακής εικόνας και της σχεδίασης γραφικών, της ανάπτυξης ιστοσελίδων και διαδραστικών εφαρμογών, της ψηφιακής αφήγησης, της παραγωγής σύγχρονου πολυμεσικού περιεχομένου όπως περιεχόμενο εικονικής, επαυξημένης και μεικτής πραγματικότητας, της δημιουργίας video και animation, της ολοκληρωμένης παραγωγής ψηφιακών εκπομπών, της διαχείρισης και παραγωγής περιεχομένου για τα κοινωνικά δίκτυα, του ψηφιακού μάρκετινγκ, των ψηφιακών δημοσίων σχέσεων, των ηλεκτρονικών πολιτικών εκστρατειών και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Οι ανωτέρω γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες των πτυχιούχων του Τμήματος κρίνονται ιδιαιτέρως σημαντικές αν ληφθεί υπόψη η ολοένα και αυξημένη ζήτηση για στελέχη που εξειδικεύονται σε τομείς σχετικούς με τις νέες τεχνολογίες και την επικοινωνία. Στην Ελλάδα, οι προοπτικές απασχόλησης στο χώρο της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων είναι πολύ θετικές και ως εκ τούτου η ζήτηση στελεχών αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια στην Ελλάδα, λόγω της ανάγκης των Ελληνικών επιχειρήσεων για ψηφιακό μετασχηματισμό αλλά και της αύξησης των δαπανών σε δραστηριότητες και ενέργειες σχετικές με την Επικοινωνία και τα Ψηφιακά Μέσα.

Πιο συγκεκριμένα, οι απόφοιτοι του Τμήματος μπορούν να απασχοληθούν σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα ως:

- Στελέχη επιχειρήσεων σε Τμήματα Μάρκετινγκ, Δημοσίων Σχέσεων, Πωλήσεων, Διαφήμισης
- Στελέχη Διαχείρισης Ψηφιακών Μέσων για Οργανισμούς και Επιχειρήσεις (όπως διαχείριση Κοινωνικών Μέσων, διαχείριση Διαδικτυακής Παρουσίας, Διαχείρισης Υπηρεσιών, Παραγωγής Ψηφιακού Περιεχομένου)
- Στελέχη σε Γραφεία Τύπου και Δημοσίων σχέσεων οργανισμών.
- Δημοσιογράφοι, ειδικοί στις έντυπες, τηλεοπτικές, ραδιοφωνικές, ηλεκτρονικές και διαδικτυακές παραγωγές.
- Στελέχη σε Διαφημιστικές εταιρείες, εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεοπτικοί, ραδιοφωνικοί σταθμοί, έντυπα μέσα, ειδησεογραφικοί οργανισμοί), σε εταιρείες Έρευνας Αγοράς και Δημοσκοπήσεων, παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, εταιρείες σχεδίασης ιστοσελίδων και παραγωγής ψηφιακού περιεχομένου.
- Στελέχη σε μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς (πολιτιστικούς, αθλητικούς, μη κυβερνητικούς οργανισμούς, οργανισμούς σχετικούς με τον Πολιτισμό και τις Τέχνες) για την επικοινωνιακή πολιτική τους και την διαχείριση ψηφιακών μέσων για την επικοινωνία τους.
- Σύμβουλοι επικοινωνίας σε πολιτικά κόμματα, πολιτικούς και δημόσια πρόσωπα.
- Αυτοαπασχολούμενοι του ευρύτερου χώρου της Επικοινωνίας και αυτοαπασχόλησης ως επικοινωνιολόγοι και σύμβουλοι επικοινωνίας, επαγγελματίες ειδικοί σε θέματα εφαρμοσμένης επικοινωνίας όπως μάρκετινγκ, διαφήμισης, διαχείρισης επωνυμίας (branding), ειδικοί σε θέματα δημοσιογραφίας, Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης καθώς και οπτικοακουστικών και ψηφιακών παραγωγών, ειδικοί σε θέματα ψηφιακών μέσων και παραγωγής ψηφιακού περιεχομένου, ειδικοί σε θέματα ψηφιακού μάρκετινγκ, διαχείρισης ηλεκτρονικής φήμης.

A5. Διοίκηση Τμήματος

Πρόεδρος του Τμήματος:

Γεώργιος Λάμπας, Καθηγητής

Αναπληρωτής Πρόεδρος:

Αμαλία Τριανταφυλλίδου, Επίκουρη Καθηγήτρια

Σύνθεση Προσωρινής Συνέλευση Τμήματος:

Γεώργιος Λάμπας,

Καθηγητής Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων, ως Πρόεδρος

Αμαλία Τριανταφυλλίδου,

Επίκουρη Καθηγήτρια Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων ως Αναπληρωτής Πρόεδρος

Ειρήνη Τσίχλα,

Επίκουρη Καθηγήτρια Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων

Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος,

Λέκτορας Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων

Δόμνα Μιχαήλ,

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών

Α6. Ακαδημαϊκό Προσωπικό

Μέλη ΔΕΠ του Τμήματος:

Γεώργιος Λάππας,
Καθηγητής Πληροφορικής με έμφαση στις Κοινωνικές και Πολιτικές Επιστήμες
Πρόεδρος Τμήματος,
Διευθυντής Εργαστηρίου Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας,
Αναπληρωτής Διευθυντής ΔΠΜΣ Δημόσιος Λόγος και Ψηφιακά Μέσα

Αμαλία Τριανταφυλλίδου,
Επίκουρη Καθηγήτρια Επικοινωνίας με έμφαση στις Δημόσιες Σχέσεις
Αναπληρωτής Πρόεδρος Τμήματος

Ειρήνη Τσίχλα,
Επίκουρη Καθηγήτρια Μάρκετινγκ με έμφαση στην Επικοινωνία Καταναλωτών

Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος,
Λέκτορας με εξειδίκευση στα Πολυμέσα
Υπεύθυνος Εράσμου (Erasmus) Τμήματος,
Υπεύθυνος Πρακτικής Άσκησης Τμήματος

Αναμένεται επίσης ο διορισμός νέου μέλους ΔΕΠ βαθμίδας Επίκουρου Καθηγητή με γνωστικό αντικείμενο Ανάπτυξη Εφαρμογών Εικονικής και Επαυξημένης Πραγματικότητας

Διδάσκοντες μέλη ΔΕΠ άλλων Τμημάτων:

Θόδωρος Μονοβασίλης,
Καθηγητής Τμήματος Οικονομικών Επιστημών

Παναγιώτης Σερδάρης,
Καθηγητής Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Δόμνα Μιχαήλ,
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών

ΕΤΕΠ Τμήματος:

Στέφανος Γκούτζιος

Γραμματεία :

Αθηνά Τουλίου, Διοικητική Υπάλληλος Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας
Αθηνά Δούμα, Διοικητική Υπάλληλος Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας
Τηλέφωνο 2467087061, Φάξ 2467087063

A7. Υποδομές-Εγκαταστάσεις



Το Τμήμα διαθέτει υπερσύγχρονο εξοπλισμό που καλύπτει πλήρως το πρόγραμμα σπουδών του καθώς και τις ερευνητικές του δραστηριότητες. Ενδεικτικά διαθέτει 4 εργαστήρια πλήρως εξοπλισμένα με ΗΥ, 3 αίθουσες διδασκαλίας πλήρως εξοπλισμένες με οπτικοακουστικά μέσα διδασκαλίας, 1 αμφιθέατρο 120 θέσεων, θεσμοθετημένο εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας, εργαστήριο με υπερσύγχρονο εξοπλισμό studio webtv, Motion Capture cameras για Animation Production, 3D Scanners, 3D Cameras & 3D TV and Monitors, λογισμικά επεξεργασίας και δημιουργίας 3d παραγωγών, βίντεο και εικόνες, εξοπλισμό μεικτής πραγματικότητας κ.α. Οι υποδομές του Τμήματος είναι διαθέσιμες στην σελίδα: <https://cdm.uowm.gr/%cf%85%cf%80%ce%bf%ce%b4%ce%bf%ce%bc%ce%ad%cf%82/>



Αμφιθέατρο 120 θέσεων



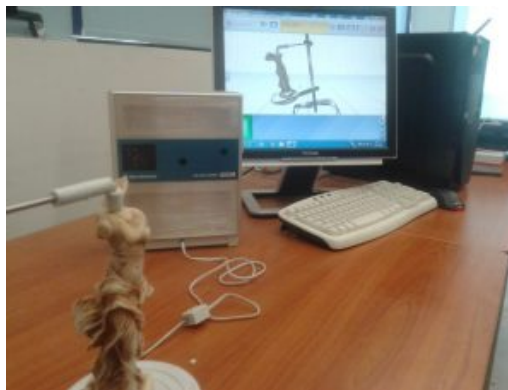
Εργαστήρια Η/Υ



Σύστημα Λήψης Κίνησης (Motion Capture System) και Δημιουργίας Εικονικών Χαρακτήρων από Ανθρώπινους Χαρακτήρες



Υπερσύγχρονο Studio WebTV



3d – Scanners



3d Cameras

3d Printers

A8. Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας



Διευθυντής Εργαστηρίου: Καθηγητής Γεώργιος Λάππας

Το θεσμοθετημένο Εργαστήριο «Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας» εξειδικεύει περαιτέρω τις ερευνητικές και αναπτυξιακές δράσεις του Τμήματος. Σκοπός του εργαστηρίου είναι η εκπόνηση έρευνας και έργων τεχνολογικής ανάπτυξης καθώς και η εξυπηρέτηση ερευνητικών και εκπαιδευτικών αναγκών σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο στο χώρο των Ψηφιακών Μέσων και της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Τα πεδία στα οποία εστιάζει το έργο του εργαστηρίου είναι τεχνολογίες και υπηρεσίες διαδικτύου, πολυμέσων, υπερμέσων και εικονικής πραγματικότητας, υπηρεσίες ψηφιακής επικοινωνίας, ψηφιακές εκστρατείες επικοινωνίας, επικοινωνία με την διαμεσολάβηση υπολογιστή, ευφυή συστήματα επικοινωνίας, προσαρμοζόμενα και εξατομικευμένα συστήματα επικοινωνίας, επικοινωνία ανθρώπου μηχανής, Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο, προηγμένη εξόρυξη διαδικτυακών δεδομένων (web mining), εξόρυξη γνώμης (opinion mining), διαδικτυακές κοινότητες και συμμετοχικά μέσα στην επικοινωνία, έρευνα και ανάλυση κοινωνικών δικτύων, ψηφιακή πολιτική, ηλεκτρονική διακυβέρνηση, ψηφιακή δημοσιογραφία και ΜΜΕ, διαδικτυακή τηλεόραση (webTV), ψηφιακές τεχνολογίες στην εκπαίδευση, ψηφιακές τεχνολογίες στον πολιτισμό, κοινωνική πληροφορική (social informatics), στρατηγικές δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας, ανάλυση και αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου, έρευνες και αξιολόγηση ηλεκτρονικής φήμης, έρευνες αγοράς και δημοσκοπήσεων με ψηφιακά μέσα.

A9. Συνεργασίες - Δραστηριότητες - Ομάδα Επικοινωνίας

Το Τμήμα έχει αναπτύξει σημαντική εξωστρέφεια με διεθνείς, εθνικές και τοπικές συνεργασίες. Συνεργάζεται με το Γαλλικό Ινστιτούτο Θεσσαλονίκης και το Γαλλικό Προξενείο Θεσσαλονίκης σε κοινές δράσεις, με το Ίδρυμα της Βουλής για τον Κοινοβουλευτισμό και την Δημοκρατία και με το Πάρκο Εθνικής Συμφιλίωσης, με το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού και την Διεθνή Έκθεση Βιβλίου Θεσσαλονίκης και με πλήθος περιφερειακών και τοπικών φορέων σε κοινές δράσεις που έχει αναπτύξει (Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, Δήμος Καστοριάς, Επιμελητήριο Καστοριάς, Εταιρεία Τουρισμού Δυτικής Μακεδονίας, Europe Direct Δυτικής Μακεδονίας, Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Καστοριάς, Όμιλος Ενεργών Νέων Φλώρινας, Εταιρεία Προστασίας Ατόμων με Αυτισμό Ν. Καστοριάς κ.α.)

Οι φοιτητές του Τμήματος έχουν την δυνατότητα να ασχοληθούν ενεργά, ατομικά ή σε ομάδες, στις διάφορες δράσεις και δραστηριότητες του Τμήματος εμπλουτίζοντας την εμπειρία για πρακτική εφαρμογή περιεχομένου του Προγράμματος Σπουδών και ενισχύοντας το ακαδημαϊκό προφίλ τους με συμμετοχή σε δράσεις του Τμήματος.

Στο Τμήμα λειτουργεί Ομάδα Επικοινωνίας στο πλαίσιο του Εργαστηρίου Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας με τη δυναμική δραστηριότητα των φοιτητών μελών της ομάδας στην υποστήριξη των δράσεων του Εργαστηρίου και του Τμήματος και στην διαχείριση των Κοινωνικών Μέσων του Τμήματος και του Εργαστηρίου. Το έργο της Ομάδας Επικοινωνίας είναι διαθέσιμο στον ιστοτόπο της.



Ομάδα Επικοινωνίας σε δράση

ΜΕΡΟΣ Β

Πρόγραμμα Σπουδών

B1. Απονεμόμενος Ακαδημαϊκός Τίτλος

Στους φοιτητές που συμπληρώνουν τις προϋποθέσεις για την ολοκλήρωση των σπουδών τους απονέμεται ο ακαδημαϊκός τίτλος του πτυχιούχου:

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Η χρονική διάρκεια σπουδών είναι 8 εξάμηνα και προϋπόθεση για την ολοκλήρωση των σπουδών είναι η επιτυχής εξέταση σε όλα τα υποχρεωτικά μαθήματα του Προγράμματος Σπουδών και η συμπλήρωση τουλάχιστον 240 μονάδων ECTS. Ο απονεμόμενος τίτλος σπουδών είναι **6^{ου} επιπέδου προσόντων** του Εθνικού Πλαισίου Προσόντων, του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Δια Βίου Μάθησης και του Πλαισίου Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης.

B2. Προϋποθέσεις Εισαγωγής

Η εισαγωγή γίνεται μέσω των εκάστοτε διατάξεων εισαγωγής στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση που ορίζονται από το Υπουργείο. Για την εισαγωγή στο Τμήμα με Πανελλαδικές Εξετάσεις έτους 2020 το Τμήμα αιτείται ως προαπαιτούμενο την εξέταση σε ένα από τα τέσσερα ειδικά μαθήματα "ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ", "ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ", "ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ", "ΙΤΑΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ"

B3. Πρόσβαση σε Περαιτέρω Σπουδές

Με την ολοκλήρωση του Προγράμματος Σπουδών οι απόφοιτοι του Τμήματος έχουν αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις για να προχωρήσουν την ακαδημαϊκή του πορεία σε επόμενους κύκλους σπουδών (μεταπτυχιακές σπουδές, διδακτορικές σπουδές) στο αντικείμενο του Τμήματος και συναφών επιστημονικών πεδίων. Πιο συγκεκριμένα μπορούν να συνεχίσουν είτε σε προγράμματα μεταπτυχιακών και διδακτορικών σπουδών στο Τμήμα είτε σε αντίστοιχα προγράμματα Τμημάτων της ημεδαπής ή του εξωτερικού.

Στο Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων έχουν τη δυνατότητα :

- να διεκδικήσουν θέση στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «**Δημόσιος Λόγος και Ψηφιακά Μέσα**» που λειτουργεί σε διατμηματικό επίπεδο με το Παιδαγωγικό Τμήμα Νηπιαγωγών της Σχολής Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας.
- να ακολουθήσουν **διδακτορικές σπουδές** σύμφωνα με τα οριζόμενα του Ν.4485/2017.

B4. Διάγραμμα Μαθημάτων

1ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	Υ	3		5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ	Υ	2	2	5
ΑΡΧΕΣ ΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ	Υ	2	2	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ	Υ	3		5

30

2ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	3		4
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	Υ	3		4
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	3		5
ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ ΚΑΙ ΗΧΟΥ	Υ	2	2	4
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ Ι	Υ	2	2	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	Υ	3		4
ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Υ	3		5

30

3ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	2	2	4
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	Υ	3		5
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΥ - ΜΗΧΑΝΗΣ	Υ	3		5
ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ	Υ	3		4
3 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ	ΕΥ	3		4
ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	ΕΥ	3		4
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	2	2	4
ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ Ι	ΕΥ	3		4
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ	ΕΥ	3		4
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟ ΙΙ	ΕΥ	2	2	4
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ	ΕΥ	2	2	4

30

4ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	Υ	3		5
ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ Ι	Υ	3		5
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	Υ	3		5
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ	Υ	2	2	5
2 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ	ΕΥ	3		5
ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΙΙ	ΕΥ	3		5
ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΕΥ	2	2	5
ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ	ΕΥ	3		5
ΚΙΝΗΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΥΤΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	ΕΥ	3		5
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΕΥ	3		5
ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ	ΕΥ	2	2	5
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	ΕΥ	3		5

30

5ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΙ	Υ	2	2	5
ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ	Υ	3		5
ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ	Υ	2	2	4
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΦΗΜΗΣ	ΕΥ	3		4
ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	3		4
ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΕΥ	3		4
ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ	ΕΥ	3		4
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	ΕΥ	3		4
ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ ΙΙ	ΕΥ	3		4
ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΕΥ	3		4
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΩΝ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ	ΕΥ	2	2	4
ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ	ΕΥ	3		4

30

6ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΙΝΟΥΜΕΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (Animation)	Υ	2	2	5
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	Υ	3		5
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	ΕΥ	3		5
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ	ΕΥ	3		5
ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟΥ	ΕΥ	3		5
ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΕΥ	3		5
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΜΕ	ΕΥ	3		5
ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΜΕ	ΕΥ	3		5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ	ΕΥ	2	2	5
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	ΕΥ			5
ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ	ΕΥ	3		5

30

7ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	Υ	3		5
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ	Υ	3		5
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ	ΕΥ	3		5
ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ	ΕΥ	3		5
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	ΕΥ	2	2	5

ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ	EY	3		5
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (Social Informatics)	EY	3		5
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ: ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ (3D Animation - Motion Capture)	EY	2	2	5
ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ	EY	3		5
ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ, ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	EY	3		5
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	EY	3		5
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ	EY	3		5
ΠΤΥΧΙΑΚΗ (1/2)	EY			5

30

8ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
6 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:				
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΥΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ (Big Data and Web Intelligence)	EY	3		5
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	EY	3		5
ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	EY	2	2	5
ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	EY	3		5
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	EY	3		5
ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	EY	3		5
ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	EY	3		5
ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ	EY	3		5
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	EY	3		5
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑ	EY	3		5
ΠΤΥΧΙΑΚΗ (2/2)	EY			5
ΠΡΑΚΤΙΚΗ	EY			5

30

Όπου: Υ=Υποχρεωτικό Μάθημα, ΕΥ=κατ' επιλογή Υποχρεωτικό, Θ=Θεωρία, Ε=Εργαστήριο

B5. Μαθήματα Υποχρεωτικά και Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικά

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει: α) Υποχρεωτικά Μαθήματα στα οποία θα πρέπει ο φοιτητής να επιτύχει σε όλα για την απόκτηση του ακαδημαϊκού τίτλου σπουδών β) Μαθήματα κατ' επιλογή Υποχρεωτικά (Υποχρεωτικής Επιλογής) όπου ο φοιτητής για την λήψη του ακαδημαϊκού τίτλου σπουδών θα πρέπει υποχρεωτικά να περάσει έναν αριθμό μαθημάτων όπως αυτός ορίζεται στα αντίστοιχα εξάμηνα του Προγράμματος Σπουδών (π.χ. 3 μαθήματα υποχρεωτικής επιλογής στο 3^ο Εξάμηνο κλπ) από ένα σύνολο προσφερόμενων μαθημάτων σε κάθε εξάμηνο. Τα προσφερόμενα μαθήματα υποχρεωτικής επιλογής εξαμήνου, από τα οποία θα μπορεί ο φοιτητής να επιλέγει για να συμπληρώσει το πλήθος κατ' επιλογής μαθημάτων που απαιτείται στο εκάστοτε εξάμηνο, θα αποφασίζονται από την Προσωρινή Συνέλευση του Τμήματος και θα ανακοινώνονται πριν την έναρξη του Ακαδημαϊκού Έτους λαμβάνοντας υπόψη το ανθρώπινο δυναμικό για την διδασκαλία, τις ανάγκες του Τμήματος και τις διαθέσιμες πιστώσεις για διδασκαλίες μαθημάτων.

B6. Αλληλουχία Μαθημάτων

Ορίζονται οι παρακάτω δέσμες αλληλουχίας μαθημάτων εκ των οποίων το πρώτο είναι προαπαιτούμενο για το επόμενο :

1. Τεχνολογίες Διαδικτύου και Σχεδίαση στον Ιστό I → Τεχνολογίες Διαδικτύου και Σχεδίαση στον Ιστό II
2. Στατιστική για τις Κοινωνικές Επιστήμες → Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας I → Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας II
3. Αρχές Επεξεργασίας Βίντεο και Ήχου → Δημιουργικό Στούντιο και Οπτικοακουστικές Παραγωγές
4. Δημόσιες Σχέσεις → Στρατηγικές Δημοσίων Σχέσεων
5. Διαφήμιση → Ειδικά Θέματα Διαφήμισης
6. Αγγλική Ορολογία για Επικοινωνία και Ψηφιακά Μέσα I → Αγγλική Ορολογία για Επικοινωνία και Ψηφιακά Μέσα II
7. Γλώσσα Ειδικότητας στην Επικοινωνία και τα Ψηφιακά Μέσα: Γαλλικά I → Γλώσσα Ειδικότητας στην Επικοινωνία και τα Ψηφιακά Μέσα: Γαλλικά II

Οι φοιτητές θα μπορούν να δηλώσουν το επόμενο μάθημα στην αλληλουχία μόνο και εφόσον έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς το προαπαιτούμενο μάθημα.

B7. Εξετάσεις

Το ακαδημαϊκό έτος διαρθρώνεται σε Χειμερινό και Εαρινό εξάμηνο. Κάθε εξάμηνο περιλαμβάνει δεκατρείς εβδομάδες διδασκαλίας. Ο φοιτητής στην αρχή κάθε εξαμήνου και σε ημερομηνίες που ορίζονται από το Τμήμα δηλώνει τα μαθήματα του στην Ηλεκτρονική Γραμματεία. Οι προϋποθέσεις επιτυχίας σε κάθε μάθημα περιλαμβάνονται στην περιγραφή κάθε μαθήματος. Ο διδάσκων του μαθήματος είναι υπεύθυνος για την οργάνωση του τρόπου εξέτασης (προφορικές, γραπτές) και κρίσης (συνυπολογισμός εργασιών, κλπ) και διεξαγωγής της εξέτασης. Στο τέλος του κάθε εξαμήνου διενεργούνται εξετάσεις για τα μαθήματα του εξαμήνου που περιλαμβάνουν γραπτή εξέταση και τα έχει δηλώσει ο φοιτητής. Παράλειψη δήλωσης μαθήματος αφαιρεί το δικαίωμα συμμετοχής σε εξέταση.

Ένας φοιτητής προάγεται σε ένα μάθημα αν λάβει τουλάχιστον το βαθμό 5 σε μια βαθμολογική κλίμακα από 0 έως 10. Στο τελικό βαθμό που λαμβάνει ο φοιτητής δύναται να συνυπολογιστεί και ο βαθμός ενδεχόμενων εργασιών και ασκήσεων τις οποίες έχει εκπονήσει. Ο φοιτητής που αποτυγχάνει να προαχθεί σε ένα μάθημα στην εξεταστική του Χειμερινού ή Εαρινού εξαμήνου μπορεί να επανεξεταστεί στο ίδιο μάθημα κατά την επαναληπτική εξεταστική του Σεπτεμβρίου.

B8. Πτυχιακή Εργασία

Η πτυχιακή εργασία αποτελεί μάθημα επιλογής, είναι προαιρετική για τους φοιτητές του Τμήματος και ισοδυναμεί με 10 πιστωτικές μονάδες (ECTS). Οι φοιτητές μπορούν να δηλώσουν στο 7^ο εξάμηνο το μάθημα της πτυχιακής εργασίας και να αναλάβουν ένα θέμα που εμπύπτει στα γνωστικά αντικείμενα του Τμήματος. Η πτυχιακή εκπονείται σε δυο εξάμηνα υπό την επίβλεψη ενός διδάσκοντα καθηγητή του Τμήματος.

B9. Πρακτική Άσκηση Φοιτητών Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

Το Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας συμμετέχει στην πράξη “Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας” με κωδικό (MIS) 5031197 του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση 2014-2020” που συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από Εθνικούς Πόρους.

Το πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης (Π.Α.) του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, αποσκοπεί στην επαρκή προετοιμασία των φοιτητών/τριών προκειμένου να εφαρμόσουν αποτελεσματικά τις γνώσεις που αποκτούν κατά τη διάρκεια των σπουδών τους και να εργαστούν σε αντικείμενο εργασίας με άμεση ή έμμεση συνάφεια με τις σπουδές τους. Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο πλαίσιο της Π.Α. αφορούν στην ενδυνάμωση των δραστηριοτήτων των φοιτητών, επιδιώκοντας την καλύτερη αξιοποίηση σε επαγγελματικό επίπεδο των γνώσεων και δεξιοτήτων που απέκτησαν κατά τη διάρκεια των σπουδών τους και την ευκολότερη και επωφελέστερη ένταξή τους στην αγορά εργασίας.

Η Πρακτική Άσκηση αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της Ανώτατης Εκπαίδευσης, καθώς αφορά στην απόκτηση εργασιακής εμπειρίας και στην επαφή των φοιτητών/τριών με την αγορά εργασίας. Συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση σε επαγγελματικό επίπεδο των γνώσεων και των δεξιοτήτων που απέκτησαν οι φοιτητές/τριες κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, στην ευκολότερη και επωφελέστερη ένταξή τους στην αγορά εργασίας καθώς και στη δημιουργία αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των παραγωγικών φορέων της χώρας. Η απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας μέσω της Π.Α. μπορεί να βοηθήσει στο σωστό επαγγελματικό προσανατολισμό του/της φοιτητή/τριας, ο/η/οποίος/α σε πολλές περιπτώσεις δεν έχει ορίσει τους επαγγελματικούς του/της στόχους ή ακόμα δεν έχει αναζητήσει εναλλακτικές επαγγελματικές ευκαιρίες.

Η Π.Α. **στο Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων** είναι θεσμοθετημένη και έχει διάρκεια τρεις μήνες. Θα υλοποιείται από το 5^ο εξάμηνο σπουδών και μετά. Οι φοιτητές/τριες θα κάνουν αίτηση στην ηλεκτρονική πλατφόρμα του προγράμματος και κατόπιν οι θέσεις Π.Α. που θα υπάρχουν διαθέσιμες για το Ίδρυμα για κάθε χρόνο (ανάλογα πάντα με τη χρηματοδότηση που παίρνει το πρόγραμμα) θα κατανέμονται σύμφωνα μ’ έναν αλγόριθμο. Η Π.Α. αποτελεί ένα μάθημα επιλογής με 5 ECTS. Οι φοιτητές/τριες κατά τη διάρκεια της υλοποίησης της Π.Α. εποπτεύονται από ένα καθηγητή/τρια του τμήματος που είναι ο/η ίδιος/α για όλους/ες. Οι ωφελούμενοι ασφαλιζονται γι’ αυτούς τους τρεις μήνες Π.Α. από το ίδρυμα στο ΙΚΑ.

Η Π.Α. μπορεί να γίνει σε Δημόσιους ή Ιδιωτικούς φορείς σε αναλογία 45% και 55% αντίστοιχα. Η ποσόστωση αυτή επιβάλλεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και είναι απαρέγκλιτη. Ο φορέας υποδοχής δηλώνει τις θέσεις Π.Α. που επιθυμεί στην πλατφόρμα του ΑΤΛΑΣ (Σύστημα Κεντρικής υποστήριξης της Πρακτικής Άσκησης φοιτητών ΑΕΙ (<https://atlas.grnet.gr/>) και από εκεί γίνεται η δέσμευση της θέσης για τον/την υποψήφιο/α φοιτητή/τρια. Όλη η διαδικασία που αφορά στα παραδοτέα των φοιτητών και των εποπτών καθηγητών γίνεται ηλεκτρονικά από τον ιστότοπο και με τη βοήθεια των εξ. συνεργατών του προγράμματος: <https://arch.ict.e.uowm.gr/i/position/index.php?site/login>.

Η επίσημη ιστοσελίδα της Δ.Π.Α. είναι: <https://internship.uowm.gr>

ΜΕΡΟΣ Γ

Περιγραφή Μαθημάτων

Τα Περιγράμματα των Μαθημάτων και ειδικότερα το περιεχόμενο των Μαθημάτων, οι διδακτικές μέθοδοι και η αξιολόγηση κάθε μαθήματος καθώς και η συνιστώμενη βιβλιογραφία ανανεώνονται και επικαιροποιούνται σε ετήσια βάση.

Τα Περιγράμματα των Μαθημάτων, κατά το ακαδημαϊκό Έτος 2019-2020 έχει ως εξής:

Γ1. Μαθήματα 1ου Εξαμήνου

ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1115	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή του φοιτητή/τριας στη διαδικασία της μαζικής επικοινωνίας και τον ρόλο του θεσμού των ΜΜΕ. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος αναλύονται οι βασικές θεωρίες, μοντέλα και τα μέσα της μαζικής επικοινωνίας. Το μάθημα επικεντρώνεται στην επίδραση των ΜΜΕ στα διάφορα ακροατήρια που απαρτίζουν την κοινή γνώμη.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να διακρίνουν με βάση τις θεμελιώδεις έννοιες, τις διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις στη μαζική επικοινωνία. • Να κρίνουν το ρόλο που διαδραματίζουν τα ΜΜΕ στην κοινωνία και τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. • Να ενσωματώσουν τάσεις και προβληματικές που συνδέονται με τα νέα μέσα στις θεωρητικές αποτιμήσεις της επικοινωνίας. • Να ερμηνεύουν την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων μέσα από την προοπτική του πομπού αλλά και των χρηστών.

<ul style="list-style-type: none"> • Να αναγνωρίσουν το ρόλο των ΜΜΕ στην Ελλάδα.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη Εργασία • Ομαδική Εργασία • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Θεωρητικές προσεγγίσεις στη μαζική επικοινωνία – Μοντέλα επικοινωνίας - Διερεύνηση βασικών εννοιών της μαζικής επικοινωνίας (διαμεσολάβηση, μαζικό ακροατήριο, μαζική-λαϊκή κουλτούρα, δημόσια σφαίρα) - Κριτικές θεωρητικές προσεγγίσεις στην επικοινωνία. - Μελέτη ακροατηρίων - Μοντέλο των χρήσεων και ικανοποιήσεων - Το νέο τοπίο των μέσων στην κοινωνία της πληροφορίας - Χαρτογράφηση του επικοινωνιακού πλαισίου λειτουργίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της επικοινωνίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μακκουεϊλ, Ν. (2003), <i>Η Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας για τον 21ο Αιώνα</i>, Αθανάσιος Καστανιώτης ΑΕΒΕΔΕ, Αθήνα. • Μακκουεϊλ, Ν. (2001), <i>Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας</i>, Αθανάσιος Καστανιώτης ΑΕΒΕΔΕ, Αθήνα. • Καϊτατζή-Γουίτλοκ, Σ. (2012), <i>Επικοινωνία: Θεωρία στην Πράξη</i>, Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη ΑΒΕ, Αθήνα. • Fiske, J. (2010), <i>Εισαγωγή στην Επικοινωνία</i>, Ιωάννης Σολδάτος.

- Curran, J., & Gurevitch, M. (2001), *Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Κοινωνία*, Σ. Πατάκης Ανώνυμη Εμπορική Εκδοτική και Διανομητική Εταιρεία, Αθήνα.
- Jean-Pierre, C. και Ασλανίδου Σοφία, (2004), *Θεωρητικές Προσεγγίσεις για την Ανάλυση των ΜΜΕ*, Γ. Δαρδανός – Κ. Δαρδανός, Ο.Ε.
- Berger, A. A. (1998), *Media Research Techniques*, Sage.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). *Communication models for the study of mass communications*. Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Hiebert, R. A., & Gibbons, S. (2017). *Exploring mass media for a changing world*. Routledge.
- Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2017). *Applied mass communication theory: A guide for media practitioners*. Routledge.
- Defleur, Melvin L.; Defleur, Margaret H. 2006. *Mass communication theories: Explaining origins, processes, and effects*. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). *Media effects: Theory and research*. *Annual Review of Psychology*, 67, 315-338.
- O'Sullivan, P. B., & Carr, C. T. (2018). *Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide*. *New Media & Society*, 20(3), 1161-1180.
- Gotlieb, M. R., McLaughlin, B., & Cummins, R. G. (2017). *2015 survey of journalism and mass communication enrollments: Challenges and opportunities for a changing and diversifying field*. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(2), 139-153.
- French, M., & Bazarova, N. N. (2017). *Is anybody out there?: Understanding masspersonal communication through expectations for response across social media platforms*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 303-319.
- Slater, M. D. (2015). *Reinforcing spirals model: Conceptualizing the relationship between media content exposure and the development and maintenance of attitudes*. *Media Psychology*, 18(3), 370-395.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τις αρχές και την πρακτική εφαρμογή της Δημοσιογραφίας. Έμφαση δίνεται στην εξέλιξη του ρόλου και της λειτουργίας της Δημοσιογραφίας από την έντυπη στην ψηφιακή μορφή και στις ανάγκες του σύγχρονου πολυμεσικού επικοινωνιακού περιβάλλοντος. Παρουσιάζεται ο κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας και η έννοια της σύγκρουσης συμφερόντων. Παράλληλα οι φοιτητές/τριες αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους η Δημοσιογραφία και οι ειδήσεις διαμεσολαβούν τις σχέσεις και τους θεσμούς της κοινωνίας, ενώ τίθενται προβληματισμοί για τις προκλήσεις που προκύπτουν από τη δυσπιστία και την καχυποψία του κοινού απέναντι στα ΜΜΕ.

Σε πρακτικό επίπεδο, οι φοιτητές/τριες διδάσκονται τα κριτήρια με τα οποία θα αναγνωρίζουν καλές ιστορίες, μεθόδους αναζήτησης, συγκέντρωσης και αξιολόγησης πληροφοριών, τη δημιουργία ειδήσεων και τη συγγραφή άρθρων τα οποία πληροφορούν και εμπλέκουν το αναγνωστικό κοινό.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Αντιληφθούν το ρόλο του δημοσιογράφου και τις υποχρεώσεις του απέναντι στην κοινωνία
- Κατανοήσουν τη δομή και τη λειτουργία του δημοσιογραφικού χώρου
- Εκτιμήσουν τις ιδιαίτερες απαιτήσεις της άσκησης της Δημοσιογραφίας στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον
- Καλλιεργήσουν τις ικανότητες της έρευνας, αξιολόγησης και παρουσίασης των ειδήσεων
- Σκέφτονται κριτικά, ανεξάρτητα και δημιουργικά για τα γεγονότα και τις τάσεις σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο
- Εργάζονται μέσα σε ένα ηθικό πλαίσιο για την αναζήτηση της αλήθειας, της ακρίβειας, της δικαιοσύνης και την ενσωμάτωση της διαφορετικότητας.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Κριτική σκέψη
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η ιστορία της Δημοσιογραφίας από τον 18^ο αιώνα μέχρι σήμερα
- Ο ρόλος του Δημοσιογράφου
- Η δημοσιογραφία ως Δημόσιο Βήμα
- Δημοσιογραφία και Προπαγάνδα
- Δημοσιογραφία και Δημόσιες Σχέσεις
- Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας
- Οι προκλήσεις για τα σύγχρονα ΜΜΕ
- Είδη Δημοσιογραφικού Λόγου
- Τα εργαλεία για τη σύνταξη του ρεπορτάζ
- Το ειδησεογραφικό άρθρο
- Δημοσιογραφία και μέσα κοινωνικής δικτύωσης

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής μεθόδων της δημοσιογραφίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Κοναχ, Β. και Rosenstiel, T. (2004). Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία, Τι πρέπει να γνωρίζουν οι Άνθρωποι των Μέσων και Τι πρέπει να Αναμένει η Κοινή Γνώμη, Εκδόσεις Καστανιώτη
- Μπακουνάκης, Ν. (2014). Δημοσιογράφος ή Ρεπόρτερ. Η αφήγηση στις Ελληνικές Εφημερίδες 19^{ος}-20^{ος} αιώνας, Εκδόσεις Πόλις
- Ρήγου, Μ. (2014), Από την Ψηφιακή Επανάσταση στην Ψηφιακή Επιτήρηση, Εκδόσεις Σιδέρη.
- Ραμονέ, Ι. (2011), Η έκρηξη της δημοσιογραφίας, Εκδόσεις Εικοστού Πρώτου
- Παπαθανασόπουλος, Σ., και Κομνηνού Μ. (1998), Ζητήματα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, Εκδόσεις Καστανιώτη
- Kolodzy, J. (2015), Η Δημοσιογραφία της Σύγκλισης, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Σπιτερί, Ζ. (2009), Ο Δημοσιογράφος και οι Εξουσίες του, Εκδόσεις Καστανιώτη

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Bardoeel, J., & Deuze, M. (2001). 'Network journalism': converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, Vol. 23 No. 2, p. 91.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism?. *Journalism studies*, No. 5 Vol.2, pp. 139-152.
- Hafez, K. (2002). *Journalism ethics revisited: A comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. Political communication*, Vol. 19 No. 2, pp. 225-250.
- Hanitzsch, T. (2007). *Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. Communication theory*, Vol. 17 No. 4, pp. 367-385.
- Hermida, A. (2010). *Twittering the news: The emergence of ambient journalism. Journalism practice*, Vol. 4 No. 3, pp. 297-308.
- Nip, J. Y. (2006). *Exploring the second phase of public journalism. Journalism Studies*, Vol. 7 No. 2, pp. 212-236.
- Pavlik, J. (2000). *The impact of technology on journalism. Journalism studies*, Vol 1 No. 2, pp.229-237.
- Schudson, M., & Anderson, C. (2009). *Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. In The handbook of Journalism Studies (pp. 108-121). Routledge.*
- Steensen, S. (2011). *Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead. Journalism studies*, Vol. 12 No. 3, pp. 311-327.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1135	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάλυση του μεταβαλλόμενου επικοινωνιακού περιβάλλοντος μέσω των εξελίξεων των νέων τεχνολογιών. Γίνεται εκτενής αναφορά στο διαδίκτυο και το ρόλο του ως εργαλείο επικοινωνίας ενώ αναλύονται ο τρόπος λειτουργίας του διαδικτύου, η μεταφορά της πληροφορίας, έννοιες που σχετίζονται με την δημοσιοποίηση και λειτουργία ιστοσελίδων, βασικές υπηρεσίες διαδικτύου, μηχανές αναζήτησης, WEB 2.0, κοινωνικά δίκτυα, ιστολογία, wikis, κτλ.</p> <p>Το μάθημα επίσης καλύπτει τεχνικά θέματα σε σχέση με την λειτουργία των δικτύων, την λειτουργία των υπολογιστών και των περιφερειακών συσκευών, καθώς και θέματα σύγχρονων τεχνολογιών (π.χ. μεικτή πραγματικότητα, 3D σάρωση και εκτύπωση, τεχνητή νοημοσύνη και έξυπνοι πράκτορες κτλ) τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο.</p> <p>Το μάθημα επίσης στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων μέσω εργαστηριακών εργασιών για την αξιοποίηση λογισμικών γραφείου (word, excel, powerpoint) και υπηρεσιών διαδικτύου (μηχανές αναζήτησης, Google Drive, Forms, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κτλ) για την περαίωση επικοινωνιακών ενεργειών και την εκπόνηση εργασιών και παρουσιάσεων.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Να εντάσσουν τις νέες τεχνολογίες στην ακαδημαϊκή καθημερινότητά τους 2. Να προσαρμόζονται στο τεχνολογικά μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό τοπίο 3. Να αναλύουν λειτουργίες υπολογιστικού εξοπλισμού και περιφερειακών συσκευών 4. Να αναλύουν τα βασικά στοιχεία της υποδομής και της λειτουργίας των δικτύων και του διαδικτύου (IP πακέτα, DNS, domain name, μέσα μεταφοράς δεδομένων κ.α.)

5. Να αναλύουν τις βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου (μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά δίκτυα, ιστολόγια κτλ)
6. Να αναλύουν τις βασικές τεχνολογίες πολυμέσων που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία και να αναλύουν τις σύγχρονες μορφές πολυμέσων και τεχνολογιών και τον αντίκτυπο τους στην επικοινωνία (τριδιάστατη αποτύπωση και εκτύπωση, εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, διαδραστικό βίντεο κ.α.)
7. Να συνδυάζουν την χρήση λογισμικών όπως επεξεργασίας κειμένου, λογιστικών φύλλων και λογισμικού δημιουργίας παρουσιάσεων για την ερμηνεία δεδομένων και για να την ενσωμάτωση τους σε παρουσιάσεις
8. Να κρίνουν και να επιλέγουν τα κατάλληλα εργαλεία νέων τεχνολογιών ως εργαλεία επικοινωνίας ή για την επίλυση πρακτικών προβλημάτων στο αντικείμενο σπουδών τους.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορία των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου και ο ρόλος τους στον τομέα της επικοινωνίας
- Δίκτυα, διαδίκτυο και Υπηρεσίες του διαδικτύου με έμφαση στην σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία
- Μηχανές αναζήτησης
- Γλικό και Λογισμικό υπολογιστών με έμφαση στις εφαρμογές που αξιοποιούνται ιδιαίτερα στον τομέα της επικοινωνίας
- Το επικοινωνιακό περιβάλλον που διαμορφώνεται στο Web 2.0
- Διαδραστικές συσκευές και εφαρμογές του πανταχού παρών υπολογιστή στην επικοινωνία
- Εξελίξεις και μελλοντικές τάσεις που διαμορφώνονται στον τομέα των νέων τεχνολογιών και της επικοινωνίας
-

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά γραφείου (επεξεργασία κειμένου, λογιστικά φύλλα, λογισμικά παρουσιάσεων και διαδικτυακά λογισμικά διαχείρισης αρχείων)	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26

	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Εισαγωγή στην πληροφορική, Evans Alan, Martin Kendall, Poatsy Mary Anne, 2018, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Εισαγωγή στην Πληροφορική, 10η Έκδ, Beekman Ben, Beekman George, 2015, εκδόσεις Γκιούρδας
- Ανακαλύπτοντας τους Υπολογιστές: Εργαλεία, Εφαρμογές, Συσκευές και οι Επιπτώσεις της Τεχνολογίας, Vermaat Misty, Sebok susan, Freund Steven, Campbell Jennifer, Frydenberg Mark , 2017, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

ΑΡΧΕΣ ΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1145	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	<i>Σύνολο</i>	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη της θεωρίας και των σημαντικών εξελίξεων που σχετίζονται με την ψηφιακή εικόνα για τις ανάγκες της επικοινωνίας. Οι φοιτητές θα διδαχθούν το ρόλο της φωτογραφίας και των ψηφιογραφικών εικόνων γενικότερα στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας όπως διαδικτυακές υπηρεσίες, κοινωνικά δίκτυα, ψηφιακές εξιστορήσεις, διαδραστικά πολυμέσα κ.α. Το μάθημα εστιάζει στον τρόπο λειτουργίας των ψηφιακών φωτογραφικών μηχανών, στον εξοπλισμό λήψεων, σε τεχνικές λήψης, στους τύπους αρχείων ψηφιακής εικόνας και στα χαρακτηριστικά τους (format, διαστάσεις, υπολογισμός μεγέθους κτλ), τα χρωματικά μοντέλα κ.α. Επίσης Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί μέσω εκτέλεσης εργαστηριακών ασκήσεων σε τεχνικές επεξεργασίας εικόνας με την χρήση κατάλληλων πακέτων λογισμικού (εμπορικού και ανοιχτού κώδικα).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Να αναλύουν τις κοινωνικές προεκτάσεις και τον ρόλο των φωτογραφίας και της φωτογραφικής εξιστορήσης στην δημοσιογραφία, το μάρκετινγκ και την επικοινωνία.
2. Να κατανοούν τον τρόπο λειτουργίας των φωτογραφικών μηχανών, τον εξοπλισμό λήψεων (είδη φωτογραφικών μηχανών και βοηθητικό εξοπλισμό) και να εφαρμόζουν τις βασικές αρχές λήψης για την λήψη εικόνων κατάλληλων για την επίτευξη επικοινωνιακών στόχων.
3. Να κατέχουν τις βασικές γνώσεις γύρω από τα χαρακτηριστικά των αρχείων εικόνας όπως το φορμά, τις διαστάσεις, τον υπολογισμό του μέγεθος της εικόνας, τους τύπους αρχείων, τις τεχνικές συμπίεσης, τα χρωματικά μοντέλα, την διαφορά μεταξύ ψηφιογραφικών και διανυσματικών εικόνων κτλ.
4. Να χρησιμοποιούν τεχνικές επεξεργασίας εικόνας για την προετοιμασία εικόνων για επικοινωνιακούς σκοπούς.
5. Να δημιουργούν φωτογραφικά projects- φωτογραφικές εξιστορήσεις.
6. Να κατανοούν τον ρόλο της εικόνας στο μεταβαλλόμενο διαδικτυακό περιβάλλον τα κοινωνικά δίκτυα και τις σύγχρονες πολυμεσικές εφαρμογές (π.χ. επαυξημένη πραγματικότητα).
7. Να εξετάζουν και να επιλέγουν τις κατάλληλες τεχνικές για την ενσωμάτωση εικόνων σε διάφορες διαδικτυακές και πολυμεσικές πλατφόρμες.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Πρααγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορία της αναλογικής και ψηφιακής εικόνας
- Ανάλυση εξοπλισμού για την φωτογραφία. Είδη φωτογραφικών μηχανών (compact, DSLR, action κάμερες, 360ο κάμερες κ.α.) βοηθητικός εξοπλισμός (τρίποδες, drones, sliders κτλ)
- Ανάλυση λειτουργίας φωτογραφικών μηχανών και αρχές λήψης φωτογραφίας για επικοινωνιακούς σκοπούς (ταχύτητα κλείστρου, διάφραγμα, ISO, βάθος πεδίου, φως-φωτισμός και φωτομέτρηση, πάγωμα κίνησης, κοντινά και μακρινά πλάνα κ.α)

- Χαρακτηριστικά Ψηφιακής Εικόνας (τύποι αρχείων εικόνας , διαστάσεις εικόνας, υπολογισμός μεγέθους αρχείου, τεχνικές συμπίεσης κτλ), μεταφορά και αποθήκευση αρχείων, προβολή-παρουσίαση εικόνων,
- Θεωρία χρώματος, φωτός και αντίληψης. Χρωματικά Μοντέλα.
- Ψηφιογραφικές και διανυσματικές εικόνες
- Κινούμενη εικόνα, πανοραμικές και στερεοσκοπικές εικόνες.
- Ενσωμάτωση εικόνων σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα και άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες. Πλατφόρμες διαμερισμού εικόνων (Flickr, Instagram κτλ)
- Ανάλυση λογισμικών για την επεξεργασία φωτογραφίας. Εμπορικά πακέτα και ελεύθερο online λογισμικό και λογισμικό ανοιχτού κώδικα
- Τεχνικές Επεξεργασίας Φωτογραφίας (έλεγχος μεγέθους και αναλογιών, περιστροφή, φωτεινότητα-αντίθεση, διορθωση χρωμάτων, τοπική μεγέθυνση (cropping), όξυνση, διορθώσεις & βελτιώσεις, φίλτρα, αφαίρεση background, επιχρωματισμός ασπρόμαυρης φωτογραφίας, διόρθωση προοπτικής, μείωση και αύξηση βάθους πεδίου, σύνθεση φωτογραφιών, μοντάζ, σύνθεση πανοραμικών εικόνων, προσθήκη γραφιστικών στοιχείων, μαζική επεξεργασία κ.α.)
- Ο ρόλος της εικόνας και των φωτογραφικών εξιστορήσεων στην δημοσιογραφία το μάρκετινγκ και την επικοινωνία

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά επεξεργασίας εικόνας. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΑΝΑΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ, Αναστάσιος Σχίζας, Εκδότης ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΣΧΙΖΑΣ
- Βιβλίο [68384821]: Ψηφιακή Επεξεργασία Εικόνων, 4η Έκδοση, Gonzales, Στέφανος Κόλλιας (επιμέλεια), ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.
- Βιβλίο [33094907]: Adobe Photoshop CS6 Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team, Χ. Γκιούρδα & Σια, Αθήνα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1155	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή των φοιτητών στο γνωστικό αντικείμενο της ψυχολογίας της επικοινωνίας. Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες έρχονται σε επαφή με κλασσικά μοντέλα της επικοινωνίας και αντιλαμβάνονται τους κοινωνικούς, πολιτισμικούς και ψυχολογικούς παράγοντες που αλληλοεπιδρούν και εν τέλει νοηματοδοτούν την επικοινωνία μεταξύ πομπού και δέκτη. Το μάθημα εστιάζει επίσης στην έννοια της επικοινωνίας των διαπροσωπικών σχέσεων τόσο σε διαπροσωπικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο ομάδας.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν την έννοια της επικοινωνίας, τα είδη επικοινωνίας και τη σχέση μεταξύ επικοινωνίας και ψυχολογίας
- Εκτιμήσουν την αξία και τη συνεισφορά των θεωριών της ψυχολογίας κατά το σχεδιασμό μηνυμάτων και εκστρατειών επικοινωνίας
- Αποκτήσουν αποτελεσματικότητα και αντικειμενικότητα κατά την ιδιωτική και δημόσια επικοινωνία τους
- Αναλύουν τον τρόπο με τον οποίο η διαπροσωπική και η μαζική επικοινωνία επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά

<ul style="list-style-type: none"> • Αποκωδικοποιούν την μη λεκτική επικοινωνία • Προσδιορίζουν τον τρόπο με τον οποίο ο χωροχρόνος και τα τελετουργικά επηρεάζουν την διαδικασία της επικοινωνίας
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Κριτική σκέψη • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η έννοια και ορισμοί της ψυχολογίας • Η επιστημονική θεώρηση της επικοινωνίας • Θεωρίες της επικοινωνίας • Παραδόσεις των θεωριών της επικοινωνίας • Ψυχολογικοί παράγοντες της επικοινωνίας • Επικοινωνία και αλληλεπίδραση • Συστημική προσέγγιση της επικοινωνίας • Μη λεκτική επικοινωνία • Χωροχρόνος και τελετουργικά της επικοινωνίας • Διαπροσωπική επικοινωνία • Η ψυχολογία των ομάδων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξει	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της ψυχολογίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση και παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Χρηστάκης, Ν. (2010), Το πρόσωπο και οι άλλοι, Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα Θεσσαλονίκη
--

- Σακαλάκη, Μ. (1994), *Ψυχολογία της Επικοινωνίας: Θεωρητικά ρεύματα και προοπτικές της έρευνας*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Littlejohn, S. και Foss, K. (2012), *Θεωρίες ανθρώπινης επικοινωνίας*, Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα
- Schacter, D., Wegner, G. D., και Nock, M. (2018), *Εισαγωγή στην Ψυχολογία*, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα
- Freud, S. (2016), *Ψυχοπαθολογία της καθημερινής ζωής*, Εκδόσεις Πλέθρον, Αθήνα [Γερμανική έκδοση 1901]
- Berne, E. (1996), *Παιχνίδια που παίζουν οι άνθρωποι*, Εκδόσεις Δίοδος, Αθήνα
- Garner, A. (2000), *Η τέχνη της επικοινωνίας*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα
- Watzlawick P., Helmick Beavin J., και Jackson D. (2005). *Ανθρώπινη επικοινωνία και οι επιδράσεις της στη συμπεριφορά*. Αθήνα: *Ελληνικά Γράμματα*.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Tinigina, A. A. (2013). *Modern Research on Egocentrism in the Context of Social Perception and Communication*. *Social Psychology and Society*, 2013(1), 29-38.
- Marx, M. H. (2010). *Systems and Theories*. *The Corsini Encyclopedia of Psychology*, 1-2.
- Branthwaite, A. (1983). *Situations and social actions: Applications for marketing of recent theories in social psychology*. *Journal of the Market Research Society*, Vol. 25, No.1, pp. 19-38
- Zuckerman, M., DePaulo, B. M., & Rosenthal, R. (1981). *Verbal and nonverbal communication of deception*. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 14, pp. 1-59). Academic Press.
- Garvey, W. D., & Griffith, B. C. (1972). *Communication and information processing within scientific disciplines: Empirical findings for psychology*. *Information storage and retrieval*, 8(3), 123-136.
- Argyle, M., Alkema, F., & Gilmour, R. (1971). *The communication of friendly and hostile attitudes by verbal and non-verbal signals*. *European Journal of Social Psychology*, 1(3), 385-402.
- Miller, G. A. (1967). *The psychology of communication*. *Human Resource Management*, 6(3), 43.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 1165	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση της επιστήμης, θεωρίας και αρχών της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων με ιδιαίτερη έμφαση στους επικοινωνιακούς οργανισμούς. Αναλύονται οι επιμέρους επιχειρησιακές λειτουργίες της και οργανισμών καθώς οι λειτουργίες του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης και του ελέγχου των οργανισμών. Επίσης, οι μαθητές εξοικειώνονται με τα δομικά στοιχεία του περιβάλλοντος ενός οργανισμού και γνωρίζουν τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί σε ένα σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Εξετάζονται σε βάθος οι βασικές στρατηγικές των οργανισμών για την δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Να γνωρίζουν τις ιδιομορφίες και τα είδη των επικοινωνιακών οργανισμών.
- Αναλύουν σε βάθος το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον ενός επικοινωνιακού οργανισμού.
- Να διακρίνουν τους τρόπους τμηματοποίησης διαφορετικών περιπτώσεων οργανισμών.
- Αντιπαραβάλλουν και να συγκρίνουν στρατηγικές απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος και το είδος των οργανισμών.
- Εστιάζουν και να επικοινωνούν μεθόδους ηγεσίας, παρακίνησης και ελέγχου του ανθρώπινου δυναμικού.
- Ενσωματώνουν ενέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στα προγράμματα στρατηγικής διοίκησης μιας επιχείρησης.
- Κρίνουν την καταλληλότητα και την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών προγραμμάτων και σχεδίων.
- Αποφασίζουν και να προτείνουν λύσεις σε συγκεκριμένα επιχειρησιακά προβλήματα μέσα από εξέταση και ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών.
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η επιχείρηση ως σύστημα
- Οι βασικές επιχειρησιακές λειτουργίες
- Το επιχειρησιακό περιβάλλον
- Η διαδικασία του στρατηγικού προγραμματισμού
- Η διαδικασία της οργάνωσης: Δομές και Τμηματοποίηση
- Διοικητικά στελέχη: ρόλοι, γνώσεις και ικανότητες
- Οι λειτουργίες του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης και του ελέγχου
- Δύναμη και Εξουσία στους Οργανισμούς (συγκέντρωση – αποκέντρωση εξουσίας)
- Βασικές Επιδιώξεις Οργανισμών: Οι έννοιες της αποτελεσματικότητας, αποδοτικότητας, παραγωγικότητας
- Η διαδικασία της διεύθυνσης: υποκίνηση, ηγεσία και επικοινωνία
- Η διαδικασία του ελέγχου: Είδη και μορφές ελέγχου

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Τσούρβακας, Γ. 2012. Μάνατζμεντ επικοινωνιακών και πολιτιστικών οργανισμών, UNIVERSITY STUDIO PRESS - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΩΝ.
- Bateman, Snell, Konopaske (2019), Διοίκηση Επιχειρήσεων (13η έκδοση), ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.
- Kinicki, A. and Williams, B. (2017), Διοίκηση Επιχειρήσεων. Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε.
- Σαρμανιωτης, Χ. (2012), Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Ζυγός, Θεσσαλονίκη.
- Robbins S., Decenzo D., Coulter M. (2017), Διοίκηση Επιχειρήσεων (2η έκδοση) ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Μπουραντάς, Δ. Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (3η έκδοση), ΕΥΓΕΝΙΑ ΑΣΤ.ΜΠΕΝΟΥ
- Rothaermel, F. T. (2013). *Strategic management: concepts*. New York, NY: McGraw-Hill Irwin.
- David, F.R. (2007), "Strategic Management: Concepts and Cases", Prentice Hall.
- Drucker, P. (2012). *The practice of management*. Routledge.
- Lowe, G. F., & Brown, C. (Eds.). (2015). *Managing Media Firms and Industries: What's So Special about Media Management?*. Springer.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Ansoff, H. I., Kipley, D., Lewis, A. O., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2019). *Societal strategy for the business firm*. In *Implanting Strategic Management* (pp. 285-310). Palgrave Macmillan, Cham.
- Rothaermel, F. T., Hitt, M. A., & Jobe, L. A. (2006). *Balancing vertical integration and strategic outsourcing: effects on product portfolio, product success, and firm performance*. *Strategic management journal*, 27(11), 1033-1056.
- Horst, S. O., & Moisander, J. (2015). *Paradoxes of strategic renewal in traditional print-oriented media firms*. *International Journal on Media Management*, 17(3), 157-174.
- Murschetz, P. (2016). *Connected television: Media Convergence, Industry Structure, and Corporate Strategies*. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 69-93.

- *Brown, C. (2016). Media Management: A Critical Discipline?. In Managing Media Firms and Industries (pp. 83-100). Springer, Cham.*

Γ2. Μαθήματα 2ου Εξαμήνου

ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2114	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Σύνολο	3	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Κατόπιν συνεννόησης με τον διδάσκοντα		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> • θα γνωρίζουν το θεωρητικό πλαίσιο της επιστήμης της γλωσσολογίας, • θα έχουν αποκτήσει γενική θεώρηση της δομής του γλωσσικού συστήματος και της χρήσης του για επικοινωνιακούς σκοπούς • θα κατανοούν τη σχέση της γλώσσας με άλλα γνωστικά αντικείμενα, • θα αναλύουν εμπειρικά δεδομένα εφαρμόζοντας σε αυτά θεωρητικές προσεγγίσεις, • θα είναι σε θέση να προβούν σε ανάλυση του λόγου στην προφορική και στη γραπτή επικοινωνία, • θα έχουν την ικανότητα να συγκεντρώνουν και να ερμηνεύουν συναφή στοιχεία εντός του γνωστικού τους πεδίου για να διαμορφώνουν κρίσεις που περιλαμβάνουν προβληματισμό σε συναφή επιστημονικά ζητήματα,

- Θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, απαραίτητες για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας,
- Θα είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.

Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα είναι εισαγωγικό και αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών/τριών με βασικές έννοιες της επιστήμης της γλωσσολογίας και με εφαρμογές αυτής στην ανάλυση του λόγου.

Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες ενότητες:

- Διευκρίνιση των γενικών όρων που επιτρέπουν τη μελέτη του κλάδου της γλωσσολογίας.
- Η έννοια της γλωσσικής δομής: το σωσσυρικό σύστημα, μορφή και ύλη, γλώσσα και ομιλία.
- Επίπεδα ανάλυσης γλωσσικού συστήματος υπό το πρίσμα της μετασηματιστικής-γενετικής γραμματικής: φωνητική-φωνολογία, μορφολογία, σύνταξη, σημασιολογία.
- Ο σημειακός και ο επικοινωνιακός χαρακτήρας της γλώσσας.
- Μελέτη της γλώσσας σε πραγματικές περιστάσεις επικοινωνίας: πραγματολογία, κοινωνιογλωσσολογία.
- Γλωσσικές πράξεις, Ανάλυση του λόγου, Εφαρμοσμένη γλωσσολογία.
- Ανάλυση επικοινωνιακών λειτουργιών της γλώσσας μέσα από παραδείγματα διαφορετικών συμφραζομένων επικοινωνίας.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτυακών πηγών για υποστήριξη και εμπλουτισμό της διδασκαλίας. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη διδακτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	31
	Αυτόνομη Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	100

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>
----------------------------	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> - Κλαίρης Χ. – Μπαμπινιώτης Γ., 2011, <i>Γραμματική της Νέας Ελληνικής Δομολειτουργική – Επικοινωνιακή</i>, Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12983291) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2015, <i>Ελληνική Γλώσσα και Προφορική Επικοινωνία</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 59372622) - Γούτσος Δ., 2012, <i>Γλώσσα – Κείμενο, Ποικιλία, Σύστημα</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22712315) - Γούτσος Δ., Γεωργακοπούλου Α., 2011, <i>Κείμενο και Επικοινωνία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12797194) - Κλαίρης Χ., 2012, <i>Λειτουργική Γλωσσολογία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Νεφέλη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22771765) - Fromkin V., Rodman R. & Hyams N., 2008, <i>Εισαγωγή στη μελέτη της γλώσσας</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21540) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2008, <i>Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών. (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3252) - Lyons J., 2002, <i>Εισαγωγή στη θεωρητική γλωσσολογία</i>, μτφ. Ά. Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Ζ. Γαβριηλίδου & Α. Ευθυμίου, Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 24046) - Κλαίρης Χ. – Μπαμπινιώτης Γ., 2011, <i>Συνοπτική Γραμματική της Νέας Ελληνικής</i>, Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12983310) - Ράλλη Α., 2005, <i>Μορφολογία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21783) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2018, <i>Ερωτήσεις-απαντήσεις στην προφορική επικοινωνία</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77107188) - Miller, G., 1951, <i>Language and Communication</i>, New York, NY: McGraw-Hill. - Mackridge P., Φιλιπτάκη-Warburton E., 2007, <i>Βασική γραμματική της σύγχρονης ελληνικής γλώσσας</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21399)

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ2124	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Αναπτύξει δεξιότητες για τη σωστή συλλογή, ομαδοποίηση, επεξεργασία και παρουσίαση δεδομένων 2. Δημιουργήσει και να ερμηνεύσει διαγράμματα και στατιστικούς πίνακες 3. Υπολογίσει και να ερμηνεύσει τα περιγραφικά μέτρα 4. Εκτελεί μία τυχαία δειγματοληψία, να επεξεργάζεται τα δεδομένα αυτής και να εξάγει τα απαραίτητα συμπεράσματα 5. Συμπεραίνει για την πιθανότητα να συμβεί ένα ενδεχόμενο
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Λήψη αποφάσεων - Αυτόνομη Εργασία

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Στο μάθημα διδάσκονται τα ακόλουθα αντικείμενα: Περιγραφική Στατιστική-Ταξινόμηση στατιστικών δεδομένων, πίνακες συχνοτήτων σχετικών συχνοτήτων, αθροιστικών και αθροιστικών σχετικών συχνοτήτων, Μέτρα θέσης και διασποράς, Καμπύλη Lorenz, πίνακες διπλής εισόδου, Κύρτωση και Ασυμμετρία, Στοιχεία θεωρίας πιθανοτήτων, έννοια τυχαίας μεταβλητής, δεσμευμένη πιθανότητα, θεώρημα ολικής πιθανότητας, θεώρημα Bayes. Δειγματικές κατανομές (Bernoulli, Poisson, Κανονική).</p> <p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Επισκόπηση της Στατιστικής 2. Δειγματοληψία 3. Συλλογή, Παρουσίαση Στατιστικών Δεδομένων 4. Περιγραφικά Μέτρα 5. Στοιχεία Θεωρίας Συνόλων 6. Συνδυασμοί- Μεταθέσεις- Διατάξεις 7. Η Έννοια της Πιθανότητας, Βασικοί ορισμοί και συμπεράσματα 7. Μονοδιάστατες Τυχαίες Μεταβλητές
--

9. Κατανομές Πιθανότητας Διακριτών Τυχαίων Μεταβλητών

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	61
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή τελική εξέταση (100%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

1. Ζ. Καλογηράτου, Θ. Μονοβασίλης, Γ. Βασιλειάδης, Εισαγωγή στη Στατιστική
2. Καραγεώργος Δημήτρης, Στατιστική περιγραφική και επαγωγική, Σαββάλας.
3. Φράγκος Χρ. (1998) Στατιστική Επιχειρήσεων, Σταμούλης, Αθήνα.
4. Δημητριάδης Ε.(2002), Περιγραφική Στατιστική, Εκδόσεις Κριτική.
5. Σημειώσεις που διανέμονται μέσω της Πύλης Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2135	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αναλύει τον ρόλο της πολιτικής επικοινωνίας στη σύγχρονη πολιτική ζωή δίνοντας έμφαση στις σύγχρονες μορφές πολιτικής επικοινωνίας, στα πολιτικά κόμματα αλλά και στην εκλογική (και γενικότερα πολιτική) συμπεριφορά των πολιτών. Στόχος του μαθήματος είναι να παρέχει μια γενική εισαγωγή και τις βασικές γνώσεις κατανόησης της επιστήμης της Πολιτικής Επικοινωνίας..

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τριες θα είναι σε θέση να:

1. Έχει κριτική κατανόηση των βασικών χαρακτηριστικών της σύγχρονης πολιτικής επικοινωνίας
2. Αναλύει τις διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις στην πολιτική επικοινωνία.
3. Συγκρίνει και να αξιολογεί διαφορετικές μεθόδους έρευνας στην πολιτική επικοινωνία
4. Προσεγγίζει κριτικά διάφορα κοινωνικά και θεσμικά ζητήματα που σχετίζονται με την σύγχρονη πολιτική επικοινωνία
5. Αναλύει και να κρίνει τις επιπτώσεις της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας στην σύγχρονη δημοκρατία.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Θεωρητικό Πλαίσιο της Πολιτικής Επικοινωνίας
- Πολιτική Επικοινωνία και ΜΜΕ
- Πολιτική Επικοινωνία και Διαφήμιση
- Πολιτική Επικοινωνία και Πολιτικός Λόγος
- Προεκλογική εκστρατεία και πολιτική επικοινωνία
- Πολιτική Επικοινωνία και Κοινή Γνώμη
- Πολιτική Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις
- Δημόσια σφαίρα και διαβούλευση.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Εργασία	36
	Αυτοτελής Μελέτη	50
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύνοπτης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης 	

	- Ερωτήσεις επίλυσης επικοινωνιακών προβλημάτων και περιπτώσεων. II. Εργασίας (30%)
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Brian Mc Nair** Εισαγωγή στην Πολιτική Επικοινωνία, εκδ. Κατάρτι, Αθήνα 2011
- Καϊτατζή, Γουίτλοκ, Σοφία** Μορφές και Μέσα Πολιτικής Επικοινωνίας, εκδ. University Studio Press, Θεσσαλονίκη, 2010.
- .Δεμερτζής, Νίκος** Πολιτική Επικοινωνία: Δημοσιότητα, Διακινδύνευση, Διαδίκτυο, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 2002.
- Δεληγκιαούρη, Αναστασία** Πολιτικός λόγος και Τηλεόραση. Πολιτική, Ιδεολογία και ΜΜΕ, εκδ. Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη 2012.
- Παναγιωτοπούλου Ρ.(επιμ.)** Η Κατασκευή της πολιτικής πραγματικότητας, εκδ. Τυπωθήτω, Γ. Δαρδάνος, Αθήνα, 2003
- Edelman M.**, Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 1999.
- Meyer, Th., & Hinchman, L.**, Media Democracy, How the media colonize politics, Polity Press and Blackwell, Cambridge, UK 2002.
- Webster, F., (ed)**, Culture and Politics in the information age, A new politics? Routledge, London, New York 2001.
- Norris, Pippa**, A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies, Cambridge, Cambridge University Press, 2002.
- Jenkins, Henry and Thornburn, David (eds)**, Democracy and New Media, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2003.
- Fishkin, James, S. & Laslett, Peter** (eds) Debating Deliberative Democracy, Malden, MA, USA, Oxford, UK, Victoria, Australia: Blackwell Publishing, 2003

ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ ΚΑΙ ΗΧΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2144	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ ΚΑΙ ΗΧΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	<i>Σύνολο</i>	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη της θεωρίας και των σημαντικών εξελίξεων που σχετίζονται με ψηφιακό βίντεο και την χρήση του σε τομείς της επικοινωνίας όπως την ενημέρωση, το μάρκετινγκ, την εκπαίδευση κτλ. Οι φοιτητές θα διδαχθούν επίσης το ρόλο του βίντεο στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας όπως διαδικτυακές υπηρεσίες, κοινωνικά δίκτυα, ψηφιακή αφήγηση, διαδραστικά πολυμέσα κ.α.

Το μάθημα εστιάζει στο πέρασμα από το αναλογικό στο ψηφιακό βίντεο, στον τρόπο δημιουργίας του βίντεο, στον τρόπο λειτουργίας των ψηφιακών καμερών, στον βοηθητικό εξοπλισμό λήψεων (τρίποδες, drones, τύποι φακών, φωτισμός, green screen κτλ), σε τεχνικές λήψης βίντεο (καδράρισμα, είδη πλάνων κτλ), στους τύπους αρχείων βίντεο και στα χαρακτηριστικά τους (format, διαστάσεις, υπολογισμός μεγέθους κτλ) κ.α. Το μάθημα επίσης θα καλύψει αντίστοιχα θέματα που αφορούν τον ήχο όπως την μετάβαση από τον αναλογικό στον ψηφιακό ήχο, λήψη ψηφιακού ήχου (εξοπλισμός, δειγματοληψία & κβάντιση), αρχεία ήχου και τα χαρακτηριστικά τους.

Το μάθημα επίσης θα καλύψει τα στάδια παραγωγής βίντεο (προ-παραγωγή, παραγωγή μετα-παραγωγή), θέματα που αφορούν την εξέλιξη του διαδικτύου και την συμβολή των διαδικτυακών τεχνολογιών τόσο στην αλλαγή του τρόπου χρήσης του βίντεο όσο και στην ραγδαία αύξηση της δημοτικότητας του μέσου (πλατφόρμες διαμοιρασμού βίντεο, YouTube, Vimeo και κοινωνικά δίκτυα) καθώς και θέματα που αφορούν την χρήση του βίντεο στην εκπαίδευση, την εξ αποστάσεως εκπαίδευση και τις μαζικές ανοιχτές διαδικτυακές πλατφόρμες μάθησης (MOOCs).

Στο μάθημα θα καλυφθούν επίσης σύγχρονες τάσεις που αφορούν το βίντεο όπως βίντεο 360ο, στερεοσκοπικό βίντεο, διαδραστικό βίντεο κ.α.

Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί μέσω εκτέλεσης εργαστηριακών ασκήσεων σε τεχνικές επεξεργασίας βίντεο με την χρήση κατάλληλων πακέτων λογισμικού (εμπορικού και ανοιχτού κώδικα).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Να αναλύουν τις κοινωνικές προεκτάσεις και τον ρόλο του ψηφιακού βίντεο σε τομείς της επικοινωνίας όπως την δημοσιογραφία, το μάρκετινγκ την επικοινωνία και την εκπαίδευση.
2. Να κατανοούν τον τρόπο λειτουργίας των ψηφιακών καμερών, τον εξοπλισμό λήψεων (είδη καμερών και βοηθητικό εξοπλισμό), τις βασικές τεχνικές λήψεων καθώς και να εφαρμόζουν τις βασικές αρχές λήψης βίντεο για την επίτευξη επικοινωνιακών στόχων.
3. Να κατέχουν τις βασικές γνώσεις γύρω από τα χαρακτηριστικά των αρχείων βίντεο όπως το φορμά, ρυθμοί καρτέ (FPS), NTSC & PAL, διαστάσεις πλαισίου, υπολογισμό του μεγέθους αρχείου, τους τύπους αρχείων βίντεο και τις τεχνικές συμπίεσης, κωδικοποιητές κ.α.
4. Να κατέχουν τις βασικές γνώσεις γύρω από τον ψηφιακό ήχο και τα χαρακτηριστικά των αρχείων ήχου (εξοπλισμός λήψης, τύποι αρχείων, δειγματοληψία & κβάντιση)
5. Να γνωρίζουν τις δυνατότητες των λογισμικών επεξεργασίας βίντεο και να αξιολογούν τα λογισμικά αυτά
6. Να χρησιμοποιούν τεχνικές επεξεργασίας βίντεο και προσθήκης ειδικών εφέ για την δημιουργία βίντεο για επικοινωνιακούς σκοπούς

7. Να κατανοούν τον ρόλο και τις μορφές του βίντεο στο μεταβαλλόμενο διαδικτυακό περιβάλλον, τα κοινωνικά δίκτυα και τις σύγχρονες πολυμεσικές εφαρμογές (πλατφόρμες διαμερισμού βίντεο YouTube, Vimeo, snapchat, stories).
8. Να κατανοούν και να συγκρίνουν τους διάφορους τύπους βίντεο και τα διαφορετικά μέσα προβολής (οθόνες υπολογιστών, smart phones κτλ) και την καταλληλότητα τους για διαφορετικούς επικοινωνιακούς σκοπούς.
9. Να εξετάζουν και να επιλέγουν τις κατάλληλες τεχνικές για την ενσωμάτωση βίντεο σε διάφορες διαδικτυακές και πολυμεσικές πλατφόρμες.
10. Να εξετάζουν και να αξιολογούν τις σύγχρονες μορφές βίντεο (βίντεο 360ο, διαδραστικό βίντεο, στερεοσκοπικό βίντεο κ.α.)
11. Να κατανοούν και να συγκρίνουν τους διάφορους τύπους 3D βίντεο και Βίντεο 360ο, τις τεχνολογίες σύλληψης, επεξεργασίας και προβολής τρισδιάστατου βίντεο & βίντεο 360ο.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η μετάβαση από το αναλογικό στο ψηφιακό βίντεο
- Η μετάβαση από το αναλογικό στον ψηφιακό ήχο
- Ο ρόλος του βίντεο στην δημοσιογραφία, το μάρκετινγκ και την επικοινωνία
- Ανάλυση εξοπλισμού για την λήψη βίντεο. Είδη καμερών (κάμερες, φακοί, αισθητήρες, τεχνολογίες εγγραφής) και βοηθητικός εξοπλισμός (τρίποδες, φίλτρα, φωτισμός, drones, sliders κτλ)
- Τεχνικές λήψης βίντεο (καδράρισμα, είδη πλάνων, εκφώτιση, η κίνηση της κάμερας, ηχοληψία)
- Τρόπος λειτουργίας των καμερών.
- Χαρακτηριστικά Ψηφιακού Βίντεο (διαστάσεις πλαισίου, HD, 4K, τύποι αρχείων βίντεο, υπολογισμός μεγέθους αρχείου, τεχνικές συμπίεσης κτλ), μεταφορά και αποθήκευση αρχείων, προβολή-παρουσίαση βίντεο στον υπολογιστή
- Τα στάδια δημιουργίας οπτικοακουστικών παραγωγών (προ-παραγωγή, παραγωγή και μετα-παραγωγή)
- Εξοπλισμός λήψης ψηφιακού ήχου (μικρόφωνα, κάρτες ήχου, και τεχνικές λήψης).
- Χαρακτηριστικά αρχείων ψηφιακού ήχου
- Πλατφόρμες διαμερισμού βίντεο (YouTube, Vimeo), βίντεο κοινωνικά δίκτυα και κινητές συσκευές. Πλατφόρμες διαμερισμού αρχείων μουσικής, πνευματικά δικαιώματα στο ψηφιακό βίντεο και την μουσική.
- Ανάλυση λογισμικών για την επεξεργασία Βίντεο. Εμπορικά πακέτα και λογισμικό ανοιχτού κώδικα
- Ανάλυση λογισμικών λήψης και επεξεργασίας ήχου
- Τεχνικές Επεξεργασίας Βίντεο (τρόποι συλλογής επιθυμητών καρτέ, εφέ μετάβασης, προσθήκη μουσικής & αφήγησης, προσθήκη ειδικών εφέ κ.α.), εξαγωγή και προβολή.
- Διανομή. DVD, Blue ray, ανάρτηση σε διαδικτυακές πλατφόρμες.
- Τεχνικές επεξεργασίας ήχου
- Το βίντεο στην εκπαίδευση και την εξ αποστάσεως μάθηση. Μαζικά ανοιχτά διαδικτυακά

μαθήματα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά επεξεργασίας βίντεο και ήχου. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	1
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για ζετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none">• Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης• Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης• Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων• Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none">• Η ΒΙΝΤΕΟΚΑΜΕΡΑ ΚΑΙ Η ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ, ΙΟΥΛΙΑ ΤΖΙΜΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.• 101 ΤΟΡΤΙΠΣ ΓΙΑ DSLR VIDEO, JUNIPER ADAM, NEWTON DAVID, NEXUS PUBLICATIONS AE• ΨΗΦΙΑΚΟ ΒΙΝΤΕΟ ΓΙΑ ΑΡΧΑΡΙΟΥΣ, COLIN BARRETT, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ• Παραγωγή Βίντεο - Βασικές αρχές, Zettl Herbert• Ψηφιακό Βίντεο με το Adobe Creative Cloud Βήμα προς Βήμα, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ• 3D Video [electronic resource], Lucas, 2013, Wiley-ISTE, HEAL-Link Wiley ebooks• Emerging Technologies for 3D Video [electronic resource], 2013, Wiley, Link Wiley ebooks

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ Ι

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2154	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ Ι		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Αυτό το μάθημα θα εστιάζει στις τεχνολογίες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη ιστοσελίδων. Θα πραγματοποιηθεί επισκόπηση όλων των διαθέσιμων εργαλείων και τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται για την δημιουργία μιας διαδικτυακής παρουσίας, είτε πρόκειται για εταιρικούς ιστότοπους, ιστότοπους οργανισμών, προσωπικές ιστοσελίδες άλλα και ιστοσελίδες που έχουν ως σκοπό την προώθηση και την επικοινωνία με το κοινό.

Αρχικά το μάθημα θα πραγματοποιήσει μια επανάληψη εννοιών που σχετίζονται με την δημοσιοποίηση και λειτουργία ιστοσελίδων στο διαδίκτυο όπως webserver, client-server, url, domain name, FTP κτλ)

Στην συνέχεια οι φοιτητές θα διδαχθούν την Γλώσσα Σήμανσης Υπερκειμένου HTML, τα διαδοχικά φύλλα ύφους (cascading style sheets CSS), και θα πραγματοποιηθεί εισαγωγή σε βασικές εντολές της Javascript.

Στην συνέχεια η φοιτητές θα διδαχθούν προγράμματα σχεδίασης και δημιουργίας ιστοσελίδων βασισμένα στην HTML και την CSS (π.χ. Dreamweaver).

Στο εργαστηριακό σκέλος οι φοιτητές αναπτύξουν ιστοσελίδες με την χρήση HTML και CSS

Το μάθημα επίσης θα καλύψει θέματα που αφορούν το SEO και θα ακολουθηθούν οι τεχνικές αυτές για ανάπτυξη ιστοσελίδων φιλικών προς τις μηχανές αναζήτησης.

Το μάθημα θα καλύψει επίσης εν συντομία τις διαδικτυακές γλώσσες προγραμματισμού (PHP, Java, Python) και τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, τεχνολογίες client server και βάσεων δεδομένων, για την δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων και διαδικτυακών εφαρμογών.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοεί βασικές έννοιες που σχετίζονται με την δημιουργία ιστοτόπων (π.χ ιστοσελίδες, html, σύνδεσμοι, στατικές και δυναμικές ιστοσελίδες, web-server, url, domain name κτλ)
2. Να γνωρίζει τις βασικές διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν για την δημοσιοποίηση μιας ιστοσελίδας στο διαδίκτυο
3. Να συγκρίνει και να αξιολογεί τα διάφορα εργαλεία ανάπτυξης ιστοσελίδων (π.χ σχεδιαστικά πακέτα, γλώσσες προγραμματισμού, συστήματα διαχείρισης περιεχομένου) και να αποφασίζει ποια είναι τα πιο κατάλληλα (η ποιος συνδυασμός αυτών) για την δημιουργία διαδικτυακών παρουσιών που έχει ως στόχο την κάλυψη διαφορετικών επικοινωνιακών αναγκών.
4. Να σχεδιάζει και να δημιουργεί ιστοτόπους με την γλώσσα σήμανσης HTML και CSS.
5. Να σχεδιάζει και να δημιουργεί ιστοτόπους με λογισμικά σχεδιασμού και ανάπτυξης ιστοσελίδων βασισμένα στην HTML και την CSS.
6. Να συνδυάζει τις γνώσεις που απέκτησε σε προηγούμενο εξάμηνο πάνω σε πακέτα επεξεργασίας εικόνas για τον σχεδιασμό καλαίσθητων και αποτελεσματικών διαδικτυακών παρουσιών.
7. Να προσαρμόζεται στις εξελίξεις των εργαλείων σχεδιασμού και ανάπτυξης ιστοσελίδων και να και να ανασχεδιάζει τις διαδικτυακές παρουσίες βάση των εξελίξεων αυτών.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Επανάληψη εννοιών που σχετίζονται με την δημοσιοποίηση και λειτουργία ιστοσελίδων στο διαδίκτυο όπως webservice, client-server, url, domain name, FTP κτλ
- Γλώσσες σήμανσης (html, xml, html 5). Αναλυτικά οι ετικέτες της HTML.
- Διαδοχικά φύλλα ύφους (cascading style sheets CSS),
- Εισαγωγή στην Javascript
- Δημιουργία ιστοσελίδων με HTML και CSS και Javascript.
- Τεχνικές SEO για την ανάπτυξη ιστοσελίδων φιλικών προς τις μηχανές αναζήτησης.
- Λογισμικά δημιουργίας στατικών ιστοσελίδων βασισμένα στην HTML και CSS.
- Τεχνολογίες ανάπτυξης δυναμικών ιστοσελίδων και διαδικτυακών εφαρμογών. Γλώσσες προγραμματισμού για την δημιουργία ιστοσελίδων PHP, Java, Python τεχνολογίες client server και βάσεις δεδομένων.
- Σύντομη αναφορά στα Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού λογισμικού (CMS).
- Δημιουργία ιστοσελίδων με templates HTML, CSS, PHP (π.χ. bootstrap).
- Διαδικασίες δημοσιοποίησης, διαχείριση και συντήρησης ιστοσελίδων.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με την γλώσσα HTML και CSS καθώς και με λογισμικά δημιουργίας ιστοσελίδων Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατοικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%)</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Melonie, Julie C., Μάθετε HTML 5, CSS και JavaScript, Εκδόσεις Γκιούρδας, 2013
- Αρσένης, Σπύρος Δ., Σχεδιασμός πετυχημένων ιστοσελίδων, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2011
- Lemay, Laura, Πλήρες εγχειρίδιο της HTML και CSS, Εκδόσεις Γκιούρδας, 2011

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2164	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν τις έννοιες του πολιτισμού, της κουλτούρας, του μοντέρνου, της νεωτερικότητας, των πολιτιστικών αγαθών, της παράδοσης, της πολιτιστικής ταυτότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Παρουσιάζεται η εξελικτική πορεία του πολιτισμού και οι διάφοροι τομείς τόσο του λαϊκού όσο και του σύγχρονου πολιτισμού. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην εξέταση των τρόπων, των μέσων και της πολιτικής διαχείρισης πολιτιστικής κληρονομιάς τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοούν τις έννοιες του πολιτισμού, της κουλτούρας, και της πολιτιστικής κληρονομιάς. • Να διακρίνουν τους διάφορους τομείς που συνθέτουν τον λαϊκό και τον σύγχρονο πολιτισμό. • Να αξιολογούν τον πολιτιστική πολιτική σε περιφερειακό αλλά και σε τοπικό επίπεδο. • Να σχεδιάζουν προγράμματα διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς ενσωματώνοντας τις νέες τεχνολογίας.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη - Ομαδική Εργασία • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Εισαγωγή στις έννοιες του πολιτισμού, της κουλτούρας, της πολιτιστικής ταυτότητας - Τομείς λαϊκού και σύγχρονου πολιτισμού - Μοντερνισμός – Νεωτερικότητα - Η έννοια της παράδοσης και η επιστήμη της λαογραφίας - Εισαγωγή στις έννοιες των πολιτιστικών αγαθών και στην έννοια της πολιτισμικής κληρονομιάς - Πολιτιστική πολιτική - Το θεσμικό πλαίσιο και οι φορείς διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς - Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς στην Ελλάδα και Διεθνώς - Διαχείριση πολιτισμικής κληρονομιάς με νέες τεχνολογίες

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Προετοιμασία για ατομικές ασκήσεις	12 ώρες
	Ομαδικές Εργασίες	7 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες

	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές και Ατομικές Ασκήσεις (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Μπιτσάνη, Ε. (2004), Πολιτισμική Διαχείριση και Περιφερειακή Ανάπτυξη, ΜΑΡΙΑ ΤΣΑΚΟΥΡΙΔΟΥ & ΣΙΑ Ο.Ε.
- Κόκκινος, Χ. (2004), Η τεχνολογία συνδρομητής του πολιτισμού, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ.
- Παπούλιας, Β. (2014), Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς στην Ελλάδα, Σ.Ι. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ Ο.Ε.
- Αλεξανδρή, Ε. (2015), Πολιτισμική Κληρονομιά-Διαχείριση. Πολιτιστική Αναγέννηση της Αθήνας του 19ου Αιώνα, ΜΑΡΙΑ ΠΑΡΙΚΟΥ & ΣΙΑ ΕΠΕ
- Smith, P. (2006), Πολιτισμική θεωρία, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Storey, J. (2014), Πολιτισμική Θεωρία, ΒΙΒΛΙΑ-ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΛΕΘΡΟΝ Ε.Ε.
- Κοντοχρήστου, Μ. (2017), Διεθνές Γίνεσθαι και Πολιτισμός, ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.
- Οικονόμου, Α. (2014), Υλικός πολιτισμός: Θεωρία, μεθοδολογία, αξιοποίηση, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ
- Λαβθάς, Γ. (2010), Ζητήματα Πολιτιστικής Διαχείρισης, ΑΘΗΝΑ ΡΑΓΙΑ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ
- Αυδίκος, Ε. (2009), Εισαγωγή στις σπουδές του λαϊκού πολιτισμού, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Βαρβούνης, Μ., Σέργης, Μ., Δαμιανού, Δ., Μαχα-Μπιζούμη, Ν., Θεοδωρίδου, Γαρ. (2016), Η Διαχείριση της Παράδοσης, ΙΩΑΝΝΗΣ ΑΡΧ. ΧΑΡΠΑΝΤΙΔΗΣ
- Ingold, T. (1994). Introduction to culture. Companion encyclopedia of anthropology: Humanity, culture, and social life, 329-349.
- Connor, S. (1989). Postmodernist culture: An introduction to theories of the contemporary (p. 170). Oxford: Basil Blackwell.
- Strinati, D. (2004). An introduction to theories of popular culture. Routledge.
- Leask, A., & Fyall, A. (2006). Managing world heritage sites. Routledge.
- Graham, B., Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2016). A geography of heritage: Power, culture and economy. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, 72, 117-120.
- Psomadaki, O. I., Dimoulas, C. A., Kalliris, G. M., & Paschalidis, G. (2019). Digital storytelling and audience engagement in cultural heritage management: A collaborative model based on the Digital City of Thessaloniki. *Journal of Cultural Heritage*, 36, 12-22.
- Holtorf, C., & Kristensen, T. M. (2015). Heritage erasure: rethinking 'protection' and 'preservation'. *International Journal of Heritage Studies*, 21(4), 313-317.
- Adie, B. A., & Hall, C. M. (2017). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism*, 12(1), 67-80.
- Fredheim, L. H., & Khalaf, M. (2016). The significance of values: heritage value typologies re-examined. *International Journal of Heritage Studies*, 22(6), 466-481.
- Tscheu, F., & Buhalis, D. (2016). Augmented reality at cultural heritage sites. In *Information and communication technologies in tourism 2016* (pp. 607-619). Springer, Cham.
- Carter, B., & Grimwade, G. (1997). Balancing use and preservation in cultural heritage management. *International Journal of Heritage Studies*, 3(1), 45-53.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 2175	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
		Διαλέξεις	3
			5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η κριτική κατανόηση των διαδικασιών και αρχών που διέπουν τη λειτουργία του μάρκετινγκ των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο του μαθήματος οι φοιτητές καλούνται να κατανοήσουν τη συνεισφορά της διοικητικής λειτουργίας του μάρκετινγκ στις σύγχρονες επιχειρήσεις αλλά και τις τεχνικές που εφαρμόζουν τα στελέχη μάρκετινγκ κατά το σχεδιασμό των τεσσάρων βασικών συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ (προϊόν, προώθηση, διανομή, τιμή). Παράλληλα, αναλύονται οι διαδικασίες τμηματοποίησης της αγοράς, στόχευσης, διαφοροποίησης και τοποθέτησης που εφαρμόζονται για τη δημιουργία και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατανοήσουν τις βασικές λειτουργίες του μάρκετινγκ και τη συνεισφορά του τμήματος μάρκετινγκ στην οργάνωση και διοίκηση μιας επιχείρησης. • Εκτιμούν τις δυνάμεις του μικρο και του μακρο περιβάλλοντος του μάρκετινγκ • Κατηγοριοποιούν τους καταναλωτές σε επιμέρους ομάδες βάσει συγκεκριμένων μεθόδων τμηματοποίησης. • Αποφασίζουν για κατάλληλες στρατηγικές διαφοροποίησης και τοποθέτησης προϊόντων-υπηρεσιών. • Αξιοποιούν την έρευνα αγοράς στη διαμόρφωση του μείγματος μάρκετινγκ • Σχεδιάζουν αποτελεσματικά το μείγμα μάρκετινγκ ενός προϊόντος/υπηρεσίας. • Αντιπαραβάλλουν και να συγκρίνουν εναλλακτικές στρατηγικές μάρκετινγκ μέσα από ανάλυση περιπτωσιολογικών μελετών.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Άσκηση κριτικής

- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Παρουσίαση των διαφόρων μορφών μάρκετινγκ (π.χ. μικρομάρκετινγκ, μακρομάρκετινγκ).
- Το μικρο και το μακρο περιβάλλον του μάρκετινγκ
- Ανάλυση ανταγωνισμού και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
- Διαδικασία τμηματοποίησης, στόχευσης και τοποθέτησης.
- Στρατηγικές διαφοροποίησης προϊόντων και υπηρεσιών.
- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Πολιτική διαμόρφωσης προϊόντος
- Πολιτική διαμόρφωσης τιμής
- Πολιτική διαμόρφωσης διανομής
- Πολιτική διαμόρφωσης προώθησης
- Δημιουργία στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ.
- Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών του μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή μαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Πολλαπλής επιλογής - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων του μάρκετινγκ σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ανδρονικίδης, Α., Μπουτσούκη, Χ., και Σιώμος Γιώργος (2019). *Σύγχρονο Μάρκετινγκ*, Broken Hill Publishers
- Βλάχβη, Α. (2017), *Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εξελίξεις και Νέα Δεδομένα*, Εκδόσεις Φωτογιούνικα
- Παντουβάκης, Α., Σιώμος Γ. και Χρήστου Ε. (2016), *Μάρκετινγκ*. Εκδόσεις Λιβάνη
- Perreault, W., Cannon, J., and McCarthy (2011), *Μάρκετινγκ: Μια Στρατηγική Προσέγγιση*, Broken Hill Publishers Ltd, Αθήνα.
- Fahy, J. & Jobber, D. (2014). *Αρχές Μάρκετινγκ*. Εκδόσεις Κριτική
- Kotler, P. J., & Armstrong, G. M. (2009), *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε., Θεσσαλονίκη.

- Τομάρας, Π. (2009), *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς (4^η Έκδοση)*, Πέτρος Τομάρας.
- Πανηγυράκης, Γ. και Σιώμκος, Γ. (2005), *Μελέτες Περιπτώσεων Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.
- Πασχαλούδης, Δ. (2009), *Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Κριτική Α.Ε, Αθήνα.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2002), *Το Μάρκετινγκ και η Εισαγωγή στη Διοίκηση Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Παπαζήση, ΑΕΒΕ, Αθήνα.
- Larsen, H. H. (1997), *Cases in marketing*, Sage.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Rust, R. T., Moorman, C., & Bhalla, G. (2010), *Rethinking Marketing*, *Harvard Business Review*, Vol. 88, Nos. 1/2, pp. 94-101.
- Grönroos, C. (1997). *Keynote paper From marketing mix to relationship marketing-towards a paradigm shift in marketing*. *Management decision*, 35(4), 322-339.
- Constantinides, E. (2006), *The Marketing Mix Revisited: Towards The 21st Century Marketing*, *Journal of Marketing Management*, Vol. 22, Nos. 3-4, pp. 407-438.
- McCole, P. (2004), *Refocusing Marketing To Reflect Practice: The Changing Role Of Marketing For Business*, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 22, No. 5, pp. 531-539.
- Homburg, C., Workman, J. P., & Jensen, O. (2000). *Fundamental changes in marketing organization: The movement toward a customer-focused organizational structure*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 459-478.
- Schmitt, B. (1999), *Experiential Marketing*, *Journal of Marketing Management*, Vol. 15, Nos. 1-3, pp. 53-67.
- Gök, O., & Hacioglu, G. (2010), *The Organizational Roles Of Marketing And Marketing Managers*. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 28, No. 3, pp. 291-309.
- Danaher, P. J., & Rossiter, J. R. (2011), *Comparing Perceptions Of Marketing Communication Channels*, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, Nos. 1/2, pp. 6-42.
- Tonks, D. G. (2009), *Validity and the Design of Market Segments*, *Journal of Marketing Management*, Vol. 25, Nos. 3-4, pp. 341-356.

Γ3. Μαθήματα 3ου Εξαμήνου

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3114	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Τα γραφικά αποτελούν σημαντικό κομμάτι της οπτικής επικοινωνίας και χρησιμοποιούνται για να διευκολύνουν την μεταφορά και την κατανόηση της πληροφορίας άλλα και για να επηρεάσουν την σκέψη του κοινού.

Οι φοιτητές θα διδαχθούν την αποτελεσματική σύνθεση γραφικών που θα χρησιμοποιηθούν για την μεταφορά πληροφορίας και μηνυμάτων σε στοχευμένα κοινά.

Η σύνθεση γραφικών απαιτεί κατάλληλο συνδυασμό σχημάτων, κειμένου, εικόνων, και χρωμάτων ώστε να παραχθούν ολοκληρωμένα καλαίσθητα γραφικά για οποιοδήποτε μέσο όπως χαρτί, χάρτινες κατασκευές (κουτιά κτλ), poster, μεταλλικές και πλαστικές συσκευασίες (κονσέρβες, κουτιά αλουμινίου κτλ), ρούχα, άλλα και για ηλεκτρονικά μέσα όπως ιστοσελίδες, οθόνες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαδραστικές πολυμεσικές εφαρμογές κ.α.

Οι φοιτητές επίσης θα έρθουν σε επαφή με περιπτώσεις καλού και κακού σχεδιασμού και θα διδαχθούν πως η επικοινωνία με γραφικά ενδέχεται να διαφέρει ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του κοινού (χώρα προέλευσης και πολιτισμικό υπόβαθρο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, επαγγελματική ομάδα). Επίσης θα διδαχθούν το πώς χρησιμοποιούνται τα δομικά στοιχεία των λογισμικών δημιουργίας διανυσματικών γραφικών άλλα και των λογισμικών επεξεργασίας εικόνας με δημιουργικό τρόπο, καθώς και το πώς να επιλέγουν τον κατάλληλο σχεδιασμό και συνδυασμό

εικόνων και χρωμάτων (βάση των αρχών σχεδίασης και της θεωρίας χρωμάτων) για να μεταφέρουν μηνύματα σε διαφορετικές ομάδες-στόχους.

Στα πλαίσια του μαθήματος θα εξεταστεί επίσης η χρήση των γραφικών στην εκπαίδευση και οι τύποι των γραφικών που είναι αποτελεσματικοί στον τομέα αυτό (ηλεκτρονική μάθηση, παρουσιάσεις κτλ)

Στο εργαστηριακό σκέλος του οι φοιτητές θα πραγματοποιήσουν εργαστηριακές ασκήσεις και εργασίες σύνθεσης γραφικών χρησιμοποιώντας λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών (π.χ. Illustrator, Inkscape).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Να συνθέτει γραφικά χρησιμοποιώντας προγράμματα δημιουργίας διανυσματικών γραφικών αλλά και χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που έχει αποκτήσει πάνω στην επεξεργασία εικόνας.
- Να μπορεί να συνδυάσει αποτελεσματικά τυπογραφικά, γραφιστικά και φωτογραφικά στοιχεία στον σχεδιασμό οπτικής επικοινωνίας
- Να δημιουργεί γραφικά για διάφορα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα όπως διαφημιστικά έντυπα, αφίσες, λογότυπα, παρουσιάσεις με την χρήση PowerPoint, ιστοσελίδες, κοινωνικά δίκτυα.
- Να συγκρίνει και να αξιολογεί τα διάφορα λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών (εμπορικά και ανοιχτού λογισμικού) και τις δυνατότητες τους.
- Να αναγνωρίζει και να συγκρίνει τα συναισθήματα και τους λογικούς συνειρμούς που δημιουργούν τα σύμβολα-εικονίδια και τα διάφορα χρώματα (θερμά και ψυχρά) και να γνωρίζει την σχέση τους με την χώρα και την πολιτισμική προέλευση του αποδέκτη, καθώς και άλλα χαρακτηριστικά του όπως την ηλικία και το μορφωτικό του επίπεδο.
- Να αναγνωρίζει και να αξιολογεί τους τύπους γραφικών που είναι κατάλληλοι για εκπαιδευτικούς σκοπούς (στην δημιουργία παρουσιάσεων, υλικό εξ'αποστάσεως εκπαίδευσης κ.α.)
- Να συνθέτει εικόνες για επικοινωνιακούς σκοπούς (π.χ. μάρκετινγκ, ενημέρωση) με την χρήση κατάλληλων χρωμάτων στοχεύοντας στην μετάδοση μηνυμάτων και στην δημιουργία συγκεκριμένων συναισθημάτων.
- Να αξιολογεί τον κατάλληλο σχεδιασμό και συνδυασμό εικόνων και χρωμάτων (βάση των αρχών σχεδίασης και της θεωρίας χρωμάτων) για να μεταφέρει μηνύματα σε διαφορετικές ομάδες-στόχους
- Να κρίνει και να αξιολογεί γραφικά σε σχέση με το συνολικό αισθητικό και επικοινωνιακό τους αποτέλεσμα

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη ή Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής

- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη της σχεδίασης γραφικών
- Αντιπροσωπευτικά πεδία και μορφές εφαρμογής της γραφιστικής δημιουργίας (στην διαφήμιση-μάρκετινγκ, πληροφόρηση, ευαισθητοποίηση κτλ)
- Η φύση της δουλειάς του σχεδιαστή γραφικών και οι ιδιαιτερότητες της
- Αρχές δημιουργίας αποτελεσματικών γραφικών για την οπτική επικοινωνία (τρόποι προσέλευσης προσοχής, ιεραρχία, ρυθμός, συμμετρία κ.α.)
- Κείμενο και γραμματοσειρές (Γραμματογραφία)
- Θεωρία χρωμάτων και η εφαρμογή της στην σχεδίαση γραφικών
- Χρώματα και σύμβολα και η σχέση τους με τα χαρακτηριστικά του αποδέκτη όπως πολιτιστικό υπόβαθρο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο κ.α.
- Η χρήση των γραφικών στην εκπαίδευση. Αποτελεσματικά γραφικά στην δημιουργία παρουσιάσεων και άλλου εκπαιδευτικού υλικού. Αποτελεσματικά γραφικά για πληροφόρηση

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	10
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Graphic Design, Κωνσταντόπουλος, Πάνος, εκδόσεις Gramma, 2013
- Design και layout, δημιουργώντας με γραφικά, Dabner, David, εκδόσεις Σαββάλας, 2004
- Adobe Illustrator CS6 Βήμα Προς Βήμα, Adobe Creative Team, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ
- Δημιουργία και επεξεργασία γραφικών με τη χρήση του CorelDraw X3 στην εκπαίδευση, Καλύβα, Ελένη, Γκιούρδας Β., 2006
- Εισαγωγή στην ιστορία και τη θεωρία το Graphic Design, Μια μικρή Ανθολογία, Μίλτος Φραγκόπουλος, Εκδόσεις Futura.
- Εισαγωγή στη Σημειολογία, Μαρία Χαλεβελάκη, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC116/		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών/τριών καταρχήν με τις βασικές θεωρητικές έννοιες στον κλάδο των δημοσίων σχέσεων καθώς και την εφαρμογή τους στην επαγγελματική πρακτική. Πραγματοποιείται ιστορική αναδρομή του ρόλου των Δημοσίων Σχέσεων από τον 18ο αιώνα έως και σήμερα και γίνεται εκτενής αναφορά στο θεωρητικό και εννοιολογικό τους υπόβαθρο. Παρουσιάζονται οι στόχοι, οι στρατηγικές και οι τακτικές των δημοσίων σχέσεων για διαφορετικά είδη κοινού, ενώ ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται στα ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας. Παράλληλα, τίθενται προβληματισμοί αναφορικά με σύγχρονα θέματα Δημοσίων Σχέσεων όπως η αξιοποίηση του Διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν το ρόλο των δημοσίων σχέσεων στον επικοινωνιακό προγραμματισμό επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Διακρίνουν και αντιπαραβάλλουν τις δημόσιες σχέσεις με άλλες επικοινωνιακές ενέργειες.
- Προσαρμόσουν βασικές έννοιες των δημοσίων σχέσεων στην επαγγελματική πρακτική.

<ul style="list-style-type: none"> • Αντιλαμβάνονται τις διαφορετικές ανάγκες των ομάδων κοινού • Αναπτύξουν αποτελεσματικά προγράμματα δημοσίων σχέσεων. • Κατανοούν το νομικό πλαίσιο και τα ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν την υπεύθυνη άσκηση της επαγγελματικής πρακτικής των Δημοσίων Σχέσεων • Κρίνουν και να αποφασίζουν για την καταλληλότητα των ενεργειών δημοσίων σχέσεων μέσα από την ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Άσκηση κριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Η ιστορική εξέλιξη των δημοσίων σχέσεων - Το θεωρητικό πλαίσιο των δημοσίων σχέσεων - Ηθική και κώδικες δεοντολογίας των δημοσίων σχέσεων - Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων στη διοίκηση της επιχείρησης και η διαφοροποίηση της από άλλες επικοινωνιακές λειτουργίες. - Βασικές έννοιες και εργαλεία δημοσίων σχέσεων. - Η διαδικασία της εκπόνησης στρατηγικών προγραμμάτων δημοσίων σχέσεων. - Οι σχέσεις της επιχείρησης με τα ΜΜΕ - Εσωτερικές δημόσιες σχέσεις-σχέσεις με τους εργαζόμενους - Σχέσεις με την κοινότητα και την κυβέρνηση - Οι σχέσεις με τους καταναλωτές - Νέες τάσεις στον κλάδο των δημοσίων σχέσεων. - Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών εφαρμογής ενεργειών δημοσίων σχέσεων.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων των δημοσίων σχέσεων σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- -Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :
- Seitel, F.P. (2018), *Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Εφαρμογές*, Broken Hill Publishers, Λευκωσία
- Ξύγγη, Μ. (2012), *Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Πρακτικές εφαρμογές*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Παπαλεξανδρή, Ν. και Λυμπερόπουλος (2014), *Δημόσιες Σχέσεις (3η Έκδοση)*, Γεωργία Σωτ. Μπένου, Αθήνα.
- Hendrix, J. (2008), *Δημόσιες Σχέσεις – Μελέτες Περιπτώσεων*, Γ. Παρίκος & Σια ΕΕ, Αθήνα.
- Αλθανός, Ρ. (2016), *Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Πρακτική της Επαγγελματικής Επικοινωνίας*, Εκδόσεις Επίκεντρο
- Αρναούτογλου, Ε. (2014), *Δημόσιες Σχέσεις: Μια Σύγχρονη Προσέγγιση*, Rosili Εμπορική-Εκδοτική, Αθήνα.
- Cornelissen, J. (2016). *Εταιρική Επικοινωνία*, Εκδόσεις Δίαυλος
- Παπατριανταφύλλου, Γ. (2008), *Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων*, Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, Αθήνα.
- Πανηγυράκης, Γ. και Βεντούρα-Νεοκοσμίδη, Ζ. (2001), *Σύγχρονη Διοικητική Δημοσίων Σχέσεων*, Αθήνα.
- Μαγνήσαλης, Κ. (2002), *Δημόσιες Σχέσεις*, Νικητόπουλος Ε και Σια ΟΕ, Αθήνα.
- Morris, T., και Goldsworthy, S. (2017) *Σύγχρονες Δημόσιες Σχέσεις*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα
- Baskin, O., Aronoff, C., and Lattimore, D. (2001), *Δημόσιες Σχέσεις*, Εκδόσεις Παπαζήση ΑΕΒΕ, Αθήνα.
- Jefkins, F. (1994), *Δημόσιες Σχέσεις (4η Έκδοση)*, Κλειδάριθμος ΕΠΕ, Αθήνα.
- Cutlip, S., Center, A., & Glen, M. (1994), *Effective Public Relations*, Prentice Hall, Englewoods Cliffs, N.J.
- Hendrix, J. (2004), *Public Relations Cases*, Wadsworth/Thompson Learning, Australia.
- Jefkins, F. (1994), *Public Relations Techniques*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Theaker, A. (2004), *The Public Relations Handbook*, Routledge, London;New York.
- Kelleher, T. (2007), *Public Relations Online*, Sage, Thousand Oaks; London.
- Gregory, A. (2004), *Public Relations in Practice*, Kogan Page, London; Philadelphia.

- -Συναφή επιστημονικά περιοδικά:
- Ferguson, M. A. (2018). *Building theory in public relations: Interorganizational relationships as a public relations paradigm*. *Journal of Public Relations Research*, Vol. 30 No. 4, pp. 164-178.
- Moreno, Á., Zeffass, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009), *European Communication Monitor: Current Developments, Issues and Tendencies of the Professional Practice of Public Relations in Europe*, *Public Relations Review*, Vol. 35, No. 1, pp. 79-82.
- Watson, T. (2012), *The Evolution of Public Relations Measurement and Evaluation*, *Public Relations Review*, Vol. 38, No. 3, pp. 390-398.
- Alvanos R. (2008), *Public Relations and Propaganda: A clarification trial of a miss-determined relation*, *Communication Issues*, vol 8, pp 48-60 (in Greek).
- Eyrich, N., Padman, M. L., & Sweetser, K. D. (2008). *PR practitioners' use of social media tools and communication technology*. *Public Relations Review*, 34, No 4, pp. 412-414.
- DiStaso, M. W., McCorkindale, T., & Wright, D. K. (2011). *How public relations executives perceive and measure the impact of social media in their organizations*. *Public Relations Review*, 37, No 3, 325-328.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2010), *The Death of the Concept of Publics (Plural) in 21st Century Public Relations*, *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 4, No. 2, pp. 117-125.
- Botan, C. H., & Taylor, M. (2004), *Public Relations: State of the Field*, *Journal of Communication*, Vol. 54, No. 4, pp. 645-661.
- Verčič, D., Van Ruler, B., Bütschi, G., & Flodin, B. (2002), *On the Definition of Public Relations: A European View*, *Public Relations Review*, Vol. 27, No. 4, pp. 373-387.

- Hallahan, K. (1999). *Seven models of framing: Implications for public relations. Journal of public relations research, Vol. 11 No.3, pp. 205-242*

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΥ – ΜΗΧΑΝΗΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3135	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΥ-ΜΗΧΑΝΗΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα επικεντρώνεται στην επίδραση των νέων τεχνολογιών στην Επικοινωνία Ανθρώπου-Μηχανής και επικεντρώνεται ιδιαίτερα στην αποτελεσματική σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών μέσα από τις αρχές της επιστήμης της Επικοινωνίας Ανθρώπου – Υπολογιστή. Το αντικείμενο του μαθήματος καλύπτει μια διεπιστημονική περιοχή που ασχολείται με την σχεδίαση, αξιολόγηση και υλοποίηση διαδραστικών συστημάτων σε συνδυασμό με την μελέτη της επίδρασης διαφόρων κοινωνικών, γνωσιακών και άλλων φαινομένων και συνδέεται με θεωρίες που προέρχονται από την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, την επιστήμη των υπολογιστών, την τεχνητή νοημοσύνη, την επιστήμη της αντίληψης με στόχο την σχεδίαση αποτελεσματικών διαδραστικών εφαρμογών. Δίνεται η ευκαιρία στους φοιτητές να εξετάσουν θέματα της αλληλεπίδρασης ανθρώπου – υπολογιστή που επηρεάζουν την σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- Κατανοεί κριτικά την σχέση ανθρώπου και υπολογιστή στην βάση επίτευξης στόχων και σχεδίασης αποτελεσματικού διαδραστικού περιεχομένου.
- Κατανοεί κριτικά και να εφαρμόζει τις σημαντικές παραμέτρους που επηρεάζουν την αποτελεσματική διάδραση μεταξύ χρήστη και υπολογιστή.
- Σχεδιάζουν αποτελεσματικό διαδραστικό περιεχόμενο εφαρμόζοντας αρχές επικοινωνίας ανθρώπου-υπολογιστή, οδηγίες, μεθόδους, και τεχνικές για την ανάπτυξη χρηστο-κεντρικών προσεγγίσεων
- Αξιολογούν και να δημιουργούν μελέτες αξιολόγησης διαδραστικών συστημάτων με την χρήση κατάλληλων μετρικών συστημάτων

- Να είναι σε θέση να εξερευνούν την αποτελεσματικότητα της διάδρασης σε υπολογιστικά και διαδραστικά συστήματα άλλων χρηστών.
- Να εφαρμόζουν καλές πρακτικές και τεχνικές διάδρασης και επικοινωνίας με τον χρήστη ή ομάδες κοινού.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη Εργασία
- Ομαδική Εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Θεωρητικές Προσεγγίσεις στην Επικοινωνία Ανθρώπου Μηχανής
- Η Επικοινωνία Ανθρώπου Μηχανής στο νέο Ψηφιακό Περιβάλλον
- Η Διάδραση
- Μοντέλα Διάδρασης
- Εργονομία και Διάδραση
- Υποδείγματα Διάδρασης
- Στοιχεία Σχεδίασης της Διάδρασης
- Τεχνολογία Ευχρηστίας
- Αρχές για την υποστήριξη της ευχρηστίας
- Υποστήριξη Υλοποίησης Διάδρασης
- Τεχνικές Αξιολόγησης
- Πολυτροπική Διάδραση
- Σχεδίαση συστημάτων υποστήριξης χρηστών
- Εφαρμογές ubiquitous computing
- Εμπλουτισμένες Πραγματικότητες
- Μελλοντικές Τάσεις στην επικοινωνία ανθρώπου υπολογιστή
- Μελέτες Περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές εστιάζουν σε προχωρημένα θέματα ολοκληρωμένης ανάπτυξης διαδραστικού περιεχομένου Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με παρουσιάσεις powerpoint και βιντεομαθήματα.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Σχεδίαση Ομαδικής Εργασίας	10
	Εκπόνηση Εργασίας (Project)	25
	Αυτοτελής Μελέτη	51
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις σύντομης απάντησης 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας II. Εργασία (30%)
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Alan Dix, Janet Finlay, Gregory Abowd, Russell Beale (2012), Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή, Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας
- Αβούρης, Νικόλαος, Κατσάνος, Χρήστος, Τσέλιος, Νικόλαος, Μουστάκας, Κωνσταντίνος (2016) Εισαγωγή στην αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλυπος"
- Earnshaw R. (2017) State of the Art in Digital Media and Applications, Springer Fachmedien Wiesbaden, Κωδικός Εύδοξος 75492890
- Preece Jennifer, Rogers Yvonne, Sharp Helen (2016), Σχεδίαση Διαδραστικότητας, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ, 4^η εκδοση.
- Κουτσάμπασης Π. (2011), Αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή: Αρχές, Μέθοδοι και Παραδείγματα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- J.J. Garrett (2011). Βασικά Στοιχεία της Εμπειρίας του Χρήστη: Σχεδίαση Ιστοτόπων με ανθρωποκεντρικά κριτήρια, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
- Yvonne Rogers, Helen Sharp, Jenny Preece (2013), Σχεδίαση Διαδραστικότητας: Επεκτείνοντας την Αλληλεπίδραση Ανθρώπου-Υπολογιστή, Εκδόσεις Γκιούρδα.
- Shneiderman Ben, Plaisant Cathrerine (2010) Σχεδίαση Διεπαφής Χρήστη: Στρατηγική για Αποτελεσματική Επικοινωνία Ανθρώπου-Υπολογιστή, Εκδόσεις Τζιόλα.
- Scott, Neil (2009) Designing Web Interfaces: Principles and Patterns for Rich Interactions, O'Reilly Media
- Tidwell (2011) Designing Interfaces, O Reilly Media.
- Benyon (2010). Designing Interactive Systems: A Comprehensive Guide to HCI and Interaction Design, Addison Wesley.
- Barnum (2010). Usability Testing Essentials: Ready, Set ... Test . Morgan Kaufmann Publishers

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*
- *Human-Computer Interaction Journal (Taylor and Francis)*

ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
--------------	---

ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3144	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων για τη συγγραφή ενημερωτικών και προωθητικών κειμένων για λόγους δημοσιότητας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα διαφορετικά στυλ και τεχνικές συγγραφής κειμένων που προορίζονται για διαφορετικά μέσα όπως ο τύπος, η τηλεόραση και το διαδίκτυο. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος οι φοιτητές καλούνται να εκπονήσουν εργασίες σχετικές με τη συγγραφή και παραγωγή υλικού όπως ειδησεογραφικά άρθρα, άρθρα γνώμης, δελτία τύπου και επιστολές για μια ευρεία γκάμα ομάδων κοινού (π.χ. καταναλωτές, ΜΜΕ, εργαζόμενοι).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Διακρίνουν τα διαφορετικά στυλ και τεχνικές συγγραφής κειμένων που υιοθετούνται ανάλογα με τη φύση και το σκοπό ενός άρθρου
- Κατανοούν συνολικά τη διαδικασία της συγγραφής ενός άρθρου
- Εξηγούν τις διαφορές στον τρόπο με τον οποίο οι διάφορες ομάδες κοινών αντιλαμβάνονται και αντιδρούν σε πληροφορίες που δέχονται από τα νέα μέσα σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα.
- Συγκρίνουν και να αντιπαραβάλλουν διαφορετικές τακτικές (π.χ. δελτία τύπου, αλληλογραφία, ομιλίες) κατανοώντας σε βάθος ομοιότητες ή διαφορές στο στυλ και τις τεχνικές συγγραφής κειμένου.
- Ενσωματώνουν αφηγηματικά κείμενα στην προβολή μιας επιχείρησης/οργανισμού/επωνυμίας προς τα εσωτερικά ή εξωτερικά κοινά.
- Σχεδιάζουν εταιρικά κείμενα (δελτία τύπου, εταιρικά περιοδικά, ενημερωτικά δελτία, ετήσιους απολογισμούς, ομιλίες) για χρήση τόσο από συμβατικά όσο και από ηλεκτρονικά μέσα.
- Συνθέτουν ετερόκλητες πληροφορίες για την αποτελεσματική συγγραφή κειμένων που απευθύνονται σε επιλεγμένα κοινά-στόχους.
- Διακρίνουν πτυχές επικοινωνιακών μηνυμάτων που μπορούν να οδηγήσουν σε παρερμηνεία από πλευράς των αποδεκτών.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη εργασία

- Ομαδική εργασία
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Οι εναλλασσόμενες έννοιες των ειδήσεων
- Ιδέες άρθρων
- Το βασικό άρθρο των ειδήσεων
- Η διαδικασία της συγγραφής
- Η δομή των άρθρων
- Οδηγίες για τη συγγραφή και τη δημιουργία διαφόρων τύπων επικοινωνιακού υλικού όπως ετήσια δελτία, ενημερωτικά δελτία, εταιρικών περιοδικών και επιστολών προς διάφορους εμπλεκόμενους.
- Σύνταξη ομιλιών για δημόσιες εκδηλώσεις και γεγονότα.
- Δημιουργία και σύνταξη δελτίων τύπων διαφόρων μορφών όπως έντυπο, ηλεκτρονικό, πολυ-μεσικό και social media δελτίο τύπου.
- Ενδοεταιρικές επικοινωνίες
- Δημιουργία αφηγήσεων για την προώθηση επιχειρήσεων/οργανισμών/επωνυμιών.
- Αποτελεσματική συγγραφή κειμένων για ιστοσελίδες, ιστολόγια και social media με σκοπό την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού και την αύξηση της επισκεψιμότητας.
- Σύνδεση κειμένου με οπτικοακουστικό υλικό.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	13
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Προετοιμασία για τις ατομικές και ομαδικές ασκήσεις	10
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	109
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Rich, C. (2006), *Ειδησεογραφία και Ρεπορτάζ (2^η Έκδοση)*, Γ. Παρίκος & Σια Ε.Ε., Αθήνα.
- Έξαρχος, Γ. (2008), *Η Επιστήμη της Ειδησεογραφίας και η Τέχνη του Ρεπορτάζ*, Γ. Χρήστου
- Γούτσος, Δ. και Γεωργακοπούλου, Α. (2011), *Κείμενο και Επικοινωνία*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα
- Yorke, I. (2008), *Εισαγωγή στο Τηλεοπτικό Ρεπορτάζ*, Πλέθρον Ε.Ε
- Boukounalas, C. and Boukounalas, S. (2009), *Write Right 2*, New Litera A.E.

- Hiliard, R. (2002), *Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο (6^η Έκδοση)*, Γ. Παρίκος & Σία Ε.Ε.
- Smith, R. (2012), *Becoming a Public Relations Writer: A Writing Workbook for Emerging and Established Media*, Routledge, New York.
- Aronson, M., Spetner, D. & Ames, C. (2007), *The Public Relations Writer's Handbook: The Digital Age, (2nd Edition)*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Marsh, C., Guth, D., and Short, B. (2012), *Strategic Writing (3rd Edition)*, Pearson Education.
- Zappala, J. M., & Carden, A. R. (2009), *Public Relations Writing Worktext: A Practical Guide For The Profession*, Taylor & Francis.
- Alysen, B, Oakham, K, Patching, R and Sedorkin, G (2011), *Reporting in a multimedia world*, Allen & Unwin, Sydney Australia.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Steyn, P., Salehi-Sangari, E., Pitt, L., Parent, M., & Berthon, P. (2010), *The Social Media Release as a Public Relations Tool: Intentions to Use Among B2B Bloggers*, *Public Relations Review*, Vol. 36, No. 1, pp. 87-89.
- Barker, R. T., & Gower, K. (2010), *Strategic Application of Storytelling in Organizations Toward Effective Communication in a Diverse World*, *Journal of Business Communication*, Vol. 47, No. 3, pp. 295-312.
- Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). *When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing*. *Psychology & Marketing*, 25, No.2, pp. 97-145.
- Deuze, M. (2005), *Towards Professional Participatory Storytelling in Journalism and Advertising*. *First Monday*, Vol.10, No. 7.
- McCorkindale, T. (2010), *Can You See The Writing On My Wall? A Content Analysis of The Fortune 50's Facebook Social Networking Sites*, *Public Relations Journal*, Vol. 4, No. 3, pp. 1-14.
- Gregory, J. (2004), *Writing for the Web Versus Writing for Print: Are They Really So Different?*, *Technical Communication*, Vol. 51, No. 2, pp. 276-285.

ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3214	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ιστορία των ΜΜΕ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στα Αγγλικά)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Στο μάθημα παρουσιάζονται και αναλύονται οι συνθήκες εμφάνισης και εξέλιξης των Μ.Μ.Ε. σε παγκόσμια κλίμακα. Συγκεκριμένα, θα μελετηθούν οι κοινωνικές και πολιτισμικές συνθήκες που συνέβαλαν ώστε να δημιουργηθεί η ανάγκη για συστηματική ενημέρωση ευρύτερων κοινωνικών συνόλων. Αν και το μάθημα θα ξεκινήσει από τους τρόπους ενημέρωσης στις προνεωτερικές κοινωνίες η βασική εστίαση θα είναι στις κοινωνίες του Δυτικού Πολιτισμού από την εποχή του Διαφωτισμού μέχρι σήμερα. Παράλληλα θα συζητηθούν οι ιδιαιτερότητες της ιστορικής διαδρομής των ΜΜΕ στην Ελλάδα και θα επιχειρηθεί μια αποτίμηση της συνολικής ιστορικής εξέλιξης των ΜΜΕ μέχρι σήμερα. Το μάθημα θα εστιάσει κυρίως στην ιστορική διαδρομή των εφημερίδων, του ραδιοφώνου, του κινηματογράφου, της τηλεόρασης και του διαδικτύου.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής θα πρέπει να:

- Κατανοεί την ανάγκη εμφάνισης των εφημερίδων και της δημοσιογραφίας σε συνάρτηση με το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο της νεωτερικότητας
- Γνωρίζει σε βάθος τις συνθήκες στις οποίες εμφανίστηκε το ραδιόφωνο, ο κινηματογράφος και η τηλεόραση
- Διακρίνει τις ομοιότητες και τις διαφορές των παραπάνω ΜΜΕ κυρίως όσον αφορά τις συνέπειες τους στην πολιτική και στην κοινωνία
- Αντιλαμβάνεται τις ιδιαιτερότητες των ελληνικών ΜΜΕ σε σχέση με τις συνθήκες εγκαθίδρυσης τους στις χώρες της Δύσης

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής σκέψης
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η ενημέρωση στην προνεωτερική εποχή
- Η εμφάνιση της τυπογραφίας και η σημασία της
- Οι εφημερίδες και ο ρόλος τους
- Ο κινηματογράφος και οι αλλαγές που έφερε
- Ο Μεσοπόλεμος και η εμφάνιση του ραδιοφώνου
- Η εποχή της εικόνας: Τηλεόραση, τηλεοπτικά κανάλια και τηλεοπτικές εκπομπές
- Διαδίκτυο και νέα ψηφιακά μέσα
- Τα ΜΜΕ σήμερα: Προπαγάνδα ή ενημέρωση;

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου

	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	61
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή Τελική Εξέταση (100%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- J-N. Jeanneney, Η ιστορία των ΜΜΕ, Παπαδήμας, Αθήνα, Γ' Εκδ. 2010
- Γιώργος Πλειός, Η κοινωνία της ενημέρωσης: Ειδήσεις και νεωτερικότητα, Καστανιώτης, 2011
- Παπαθανασόπουλος, Σ., (2010). Η Τηλεόραση στον 21^ο αιώνα. Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Φ. Μπαρμπιέ, Κ. Λαβενίρ, Ιστορία των ΜΜΕ. Από τον Ντιντερό στο Ίντερνετ, Δρομέας, Αθήνα, 1999.
- Γιώργος Πλειός, Τα "εθνικά θέματα" στη δίνη των ΜΜΕ : Το Μακεδονικό, οι Ελληνοτουρκικές Σχέσεις και το Κυπριακό στην τηλεόραση και τον Τύπο, Σιδέρης, 2010
- J. Thompson, Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας, Παπαζήσης, Αθήνα, 1999
- Σ. Παπαθανασόπουλος, Πολιτική και ΜΜΕ. Η περίπτωση της Ν. Ευρώπης, Καστανιώτης, Αθήνα, 2004
- W. Leiss, S.Kleine, S. Jully, Z. Botterill, Διαφήμιση και επικοινωνία. Η κατανάλωση στην εποχή των μέσων επικοινωνίας, Καστανιώτης, Αθήνα, 2008
- Δ. Ψυχογιός, Τα έντυπα μέσα επικοινωνίας, Καστανιώτης, Αθήνα, 2003
- Φ. Μπαντιμαρούδης, Σύνομη ιστορία της επικοινωνίας, Επίκεντρο, Αθήνα, 2006
- Χ. Μπαρμπούτης, «Οι απαρχές της ραδιοφωνίας: από τον ασύρματο τηλεγράφο στο ραδιόφωνο», στο Χ. Μπαρμπούτης, Μ.Κλώντζας (επιμ.), Το φράγμα του ήχου, Η δυναμική του ραδιοφώνου στην Ελλάδα, Παπαζήσης, Αθήνα, 2001.
- D. Bordwell, K. Thompson, Εισαγωγή στην τέχνη του κινηματογράφου, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα, 2006
- Ν. Τσόμσκυ, Πολιτικός λόγος και προπαγάνδα, Ελευθεριακή κουλτούρα, 1997
- Ν. Τσόμσκυ, ΜΜΕ ως όργανο κοινωνικού ελέγχου και επιβολής, Ελεύθερος Τύπος, 1997
- Λ. Δρούλα, Γ.Κουτσοπανάγου (επιμ.), Η εγκυκλοπαίδεια του ελληνικού τύπου, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, Αθήνα, 2008 (4 τόμοι).
- Β. Βαμβακάς, Π.Παναγιωτόπουλος, Η Ελλάδα στη δεκαετία του 80. Κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό, το Πέρασμα, Αθήνα, 2010
- Patrice Flichy, Η ιστορία της σύγχρονης επικοινωνίας. Δημόσια σφαίρα και ιδιωτικός βίος, Κάτοπτρο, Αθήνα, 2004.
- Friedrich Kittler, Γραμμόφωνο, κινηματογράφος, γραφομηχανή, Νήσος, Αθήνα, 2005

ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3224	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Διαπροσωπική Επικοινωνία		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος της Διαπροσωπικής επικοινωνίας είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν τις βασικές θεωρίες και αρχές της ανθρώπινης επικοινωνίας καθώς και το ρόλο του κοινωνικού πλαισίου στις διαπροσωπικές σχέσεις. Οι φοιτητές εισάγονται στις έννοιες του διαλόγου, της συζήτησης και των διαφόρων ειδών λόγου.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοούν την επίδραση των νέων μέσων στην ανθρώπινη επικοινωνία. • Να ερμηνεύουν τα λεκτικά και μη λεκτικά μηνύματα της ανθρώπινης επικοινωνίας. • Να χρησιμοποιεί στην καθημερινή του επικοινωνία του διάφορους θετικούς ενισχυτές του διαλόγου. • Να αναλύει τις διάφορες επικοινωνιακές δυσλειτουργίες σε μια συζήτηση. • Να αξιολογούν τις επιδράσεις της ανθρώπινης επικοινωνίας στην συμπεριφορά των ατόμων
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Αυτόνομη εργασία • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Αποτελεσματικής επικοινωνίας • Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Θεωρίες διαπροσωπικής επικοινωνίας - Λεκτικά – Μη λεκτικά μηνύματα - Ενεργητική Ακρόαση - Διάλογος: Θετικοί ενισχυτές - Συνηθισμένες επικοινωνιακές δυσλειτουργίες - Επικοινωνία στις διαπροσωπικές σχέσεις.
--

- Η ανθρώπινη επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Προετοιμασία για ατομικές ασκήσεις	12 ώρες
	Ομαδικές Εργασίες	7 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	100 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές και Ατομικές Ασκήσεις (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Γαλάνης, Γ. (1999), Εισαγωγή στην Ψυχολογία της Καθημερινής Διαπροσωπικής Επικοινωνίας, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ
- DeVito, J. (2004), Ανθρώπινη Επικοινωνία, Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ
- Littlejohn, S., and Foss, K. (2012) Θεωρίες ανθρώπινης επικοινωνίας, ΠΕΔΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ,ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ Α.Ε.
- Watzlawick P.,Bavelas J., Beavin,J., Don D. (2005), Ανθρώπινη επικοινωνία και οι επιδράσεις της στη συμπεριφορά, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ Α.Ε.
- Καζάζη Μαρία, Ανθρώπινες Σχέσεις και Επικοινωνία (2008), Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ
- Hartley, P. (2002). Interpersonal communication. Routledge.
- Wood, J. (2016), Interpersonal Communication: Everyday Encounters (8th edition), Cengage Learning.
- Beebe, S., Beebe, S. and Redmond, M. (2017), Interpersonal Communication: Relating to Others, 8th Edition, Pearson.
- Eaves, M., & Leathers, D. G. (2017). Successful nonverbal communication: Principles and applications. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication research, 23(1), 3-43.
- Overall, N. C., & McNulty, J. K. (2017). What type of communication during conflict is beneficial for intimate relationships?. Current opinion in psychology, 13, 1-5.
- Fedesco, H. N. (2015). The impact of (in) effective listening on interpersonal interactions. International Journal of Listening, 29(2), 103-106.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜΕ 3234	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Συνολο	3	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική/Αγγλική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα είναι σχεδιασμένο να βοηθήσει τους φοιτητές να καλλιεργήσουν τις δεξιότητές τους στην Αγγλική γλώσσα ώστε να είναι σε θέση να λειτουργούν αποτελεσματικά τόσο στο ακαδημαϊκό όσο και στο επαγγελματικό τους περιβάλλον. Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει στους φοιτητές την εξειδικευμένη Αγγλική ορολογία που χρησιμοποιείται στο επάγγελμα των Δημοσίων Σχέσεων, της Επικοινωνίας και γενικότερα στις επιχειρηματικές συναλλαγές. Το μάθημα εστιάζει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων σχετικών με την επικοινωνία στην Αγγλική γλώσσα με επίκεντρο την ανάγνωση και κατανόηση επιστημονικών και επιχειρησιακών κειμένων σχετικών με την επικοινωνία.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Κατανοούν τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείται η Αγγλική γλώσσα στη γραπτή επικοινωνία και σε διάφορες επιχειρησιακές καταστάσεις όπως σε συναντήσεις, παρουσιάσεις, κ.λπ. 2. Κατανοούν επιστημονικά και επιχειρησιακά κείμενα γραμμένα στην Αγγλική γλώσσα με εστίαση στην επικοινωνία και τις δημόσιες σχέσεις. 3. Να συνοψίζουν και να συζητούν κείμενα στην Αγγλική όπως άρθρα από εφημερίδες ή επιστημονικά άρθρα σε ζητήματα που άπτονται της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων. 4. Να υποστηρίζουν τα επιχειρήματά τους και να εκφράζονται με ευχέρεια χρησιμοποιώντας το κατάλληλο λεξιλόγιο και τη γραμματική σε ερωτήσεις που αφορούν επιχειρησιακά και επικοινωνιακά ζητήματα. 5. Αξιολογούν την ορθότητα ως προς τη χρήση του κατάλληλου λεξιλογίου και της γραμματικής κειμένων γραμμένων στην Αγγλική γλώσσα και να τα βελτιώνουν.
Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Βασικές γνώσεις γραμματικής και δομής προτάσεων στα Αγγλικά (επίπεδο I).
- Εξειδικευμένη ορολογία στις δημόσιες σχέσεις, το μάρκετινγκ και το μάνατζμεντ (επίπεδο I).
- Δομή και ύφος κειμένων δημοσίων σχέσεων στα Αγγλικά.
- Δομή και ύφος επιχειρησιακής αλληλογραφίας στα Αγγλικά.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης	13
	Εργασία	24
	Αυτοτελής Μελέτη	37
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Κατανόησης Κειμένου στην Αγγλική Γλώσσα - Ερωτήσεις Αντιστοίχισης - Ερωτήσεις Συμπλήρωσης Κενών - Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής II. Εργασία (30%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- D. V. Gabriel (2013) *English for World Politics and International Relations*, ΝΙΚΗΤΟΠΟΥΛΟΣ ΣΑΡΑΝΤΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ
- Κανταρίδου, Ζ., Παπαδοπούλου, Ι., Στεφάνου, Π. (2008), *Business English for Academic Purposes*, Ε&Δ Ανικούλα-Ι Αλεξίκος ΟΕ, Θεσσαλονίκη.
- Τσίογκα, Χ. και Χατζηστεργιάδου, Α. (2010), *First Steps at Work*, Μούργκος Ιωάννης, Θεσσαλονίκη.
- Guffey, M. and Seefer, C. (2010), *Business English*, Cengage Learning.
- Gillett, A. (2006), *Speak Business English Like an American: Learn the Idioms and Expressions You Need to Succeed on the Job*, Language Success Press.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Maier, P. (1992), Politeness Strategies in Business Letters by Native and Non-Native English Speakers, *English for Specific Purposes*, Vol. 11, No. 3, pp. 189-205.
- Gerritsen, M., Nickerson, C., Hooft, A., Meurs, F., Nederstigt, U., Starren, M., and Crijns, R. (2007), English in Product Advertisements in Belgium, France, Germany, The Netherlands, and Spain, *World Englishes*, Vol. 26, No.3, pp. 291-315.

- Gimenez, J. (2000), Business e-mail Communication: Some Emerging Tendencies in Register, *English for Specific Purposes*, Vol. 19, No. 3, pp. 237-251.

ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3244	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	<i>Σύνολο</i>	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αποσκοπεί στη γνωριμία των φοιτητών και των φοιτητριών με την τηλεόραση ως μέσο επικοινωνίας και στην κατανόηση των ιδιαίτερων κανόνων γραφής και παρουσίασης των ειδήσεων. Η λογική του ήχου και της εικόνας, η ζωντανή μετάδοση των ειδήσεων, η αφήγηση, η συνέντευξη, η δημοσιογραφική αποστολή, ο τηλεοπτικός χρόνος, η παρουσίαση των ειδήσεων, η προετοιμασία του ολοκληρωμένου πακέτου ρεπορτάζ και οι κώδικες δεοντολογίας του δημοσιογράφου αναλύονται σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο μέσα από θεωρητικές διαλέξεις και εργαστηριακές ασκήσεις. Επιπλέον, εξετάζονται οι πολιτισμικές, κοινωνικές και τεχνολογικές εξελίξεις που διαμόρφωσαν και επαναπροσδιορίζουν τη σχέση του τηλεθεατή με την κοινωνία.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Εκτιμήσουν τις κοινωνικές, πολιτισμικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνετέλεσαν στη δημιουργία και την μετεξέλιξη των τηλεοπτικών ειδήσεων
- Αντιλαμβάνονται πώς θα εργαστούν ηθικά προκειμένου να αναζητήσουν την αλήθεια, την ακρίβεια και τη δικαιοσύνη στη συγγραφή και την παρουσίαση τηλεοπτικών ειδήσεων
- Σκέπτονται κριτικά και αξιολογούν τη σημαντικότητα τοπικών, διεθνών και περιφερειακών ειδήσεων

<ul style="list-style-type: none"> • Εξασκούνται στην αναζήτηση και τη σύνθεση πληροφοριών ώστε να ετοιμάσουν μια συνεκτική αφήγηση με αρχή, μέση και τέλος • Καλλιεργήσουν δεξιότητες προετοιμασίας και διεξαγωγής μιας τηλεοπτικής συνέντευξης • Αξιοποιήσουν αναλυτικές δεξιότητες προκειμένου να σχεδιάσουν και να ετοιμάσουν το οπτικοακουστικό περιεχόμενο ενός τηλεοπτικού ρεπορτάζ
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Δημιουργικότητα • Άσκηση κριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Τηλεόραση και τηλεθέαση - Χρήσεις και συνήθειες του Έλληνα τηλεθεατή - Τηλεόραση και τηλεοπτικός προγραμματισμός - Η έννοια των ειδήσεων στην τηλεόραση - Οι πηγές των ειδήσεων - Το τηλεοπτικό ρεπορτάζ - Η τηλεοπτική γραφή - Οι τηλεοπτικές συνεντεύξεις - Η προετοιμασία της συνέντευξης - Σχεδιασμός του δελτίου ειδήσεων - Η παρουσίαση των ειδήσεων - Τα καθήκοντα του δημοσιογράφου - Η προετοιμασία του ρεπορτάζ
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	13
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Εργαστηριακές ασκήσεις	10
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	109
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης 	

	<p>- Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας σε περιπτώσεις και προβλήματα.</p> <p>II. Εκπόνηση Ομαδικής Εργασίας</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις</p>
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Boyd, A. (2006), *Η τέχνη της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας*, Εκδόσεις Κάκτος
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2000), *Η τηλεόραση και το κοινό της*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Βώβου, Γ. (2010), *Ο κόσμος της τηλεόρασης*
- Yorke, I. (2008), *Εισαγωγή στο τηλεοπτικό ρεπορτάζ*, Εκδόσεις Πλέθρον
- Μπλιιάτκας, Κ. (2002), *Εισαγωγή στο τηλεοπτικό ρεπορτάζ*, Εκδόσεις Ιανός
- Δουλκέρη, Τ. (2014), *Από την τηλεόραση στα Νέα Μέσα Επικοινωνίας και Ελληνική κοινωνία*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Πολίτης, Π. (2014), *Η γλώσσα της τηλεοπτικής ενημέρωσης*, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών
- Πλειός, Γ. (2011), *Ειδήσεις και Νεωτερικότητα*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Cushion, S. (2011). *Television journalism*. Sage.
- Langer, J. (1998). *Tabloid television: popular journalism and the "other news"*. Psychology Press.
- Boyd, A. (2001). *Broadcast journalism: techniques of radio and television news*. Taylor & Francis.
- Barnett, S. (2011). *The rise and fall of television journalism: just wires and lights in a box?*. A&C Black.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Bolin, G. (2014). *Television journalism, politics, and entertainment: Power and autonomy in the field of television journalism*. *Television & New Media*, Vol 15 No. 4, pp. 336-349.
- Stamper, J., & Brants, K. (2011). *A changing culture of political television journalism*. In *Political Communication in Postmodern Democracy* (pp. 111-125). Palgrave Macmillan, London.
- Borden, S. L., & Tew, C. (2007). *The role of journalist and the performance of journalism: Ethical lessons from "fake" news (seriously)*. *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 22 No. 4, pp. 300-314.
- Cottle, S., & Rai, M. (2006). *Between display and deliberation: Analyzing TV news as communicative architecture*. *Media, Culture & Society*, Vol. 28 No. 2, pp. 163-189.
- Connell, I. (2003). *Television news and the social contract*. In *Culture, media, language* (pp. 138-156). Routledge.
- Bourdieu, P. (2001). *Television*. *European review*, Vol. 9 No.3, pp. 245-256.
- Stein, S. (2001). *Legitimizing TV journalism in 60 Minutes: The ramifications of subordinating the visual to the primacy of the word*. *Critical Studies in Media Communication*, Vol. 18 No. 3, pp. 249-269.
- Ekström, M. (2000). *Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication*. *Media, Culture & Society*, Vol 22 No. 4, pp. 465-492.
- Bell, M. (1997). *TV News: how far should we go?*. *British journalism review*, Vol. 8 No. 1, pp. 7-16.

ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ Ι

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3254	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ Ι		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαδραστική διδασκαλία	3	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική και Γαλλική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια είναι ικανός/ή:</p> <ul style="list-style-type: none"> - να κατανοεί και να παράγει προφορικό λόγο στη γαλλική γλώσσα σε περιστάσεις επικοινωνίας της καθημερινής ζωής με γαλλόφωνους ομιλητές, - να παρουσιάζει τον εαυτό του/της, τις σπουδές του/της, τα ενδιαφέροντά του/της, την επαγγελματική του/της εμπειρία, τα σχέδιά του/της για το μέλλον, - να αναζητάει πληροφορίες στο διαδίκτυο για γαλλόφωνες υπηρεσίες, επιχειρήσεις, οργανισμούς, πανεπιστήμια, - να κατανοεί και να ακολουθεί οδηγίες και υποδείξεις στη γαλλική, - να εξοικειωθεί με τα σύγχρονα γαλλόφωνα μέσα μαζικής ενημέρωσης, - να κατανοεί, γραπτά και προφορικά, τις βασικές πληροφορίες αυθεντικών ειδησεογραφικών κειμένων, - να αποδίδει στην ελληνική ένα μήνυμα διατυπωμένο στη γαλλική γλώσσα, - να κατανοεί βασικές έννοιες του χώρου της επικοινωνίας και των ψηφιακών μέσων στη γαλλική, - να παράγει γραπτά κείμενα μικρής έκτασης για να ανταποκρίνεται σε καθημερινές περιστάσεις

επικοινωνίας, με τη χρήση ψηφιακών μέσων.

Γενικές Ικανότητες

- Ανάπτυξη γλωσσικών επικοινωνιακών δεξιοτήτων στη γαλλική γλώσσα, όπως προβλέπεται από το Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για το επίπεδο A1.
- Αυτόνομη και ομαδική εργασία.
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση νέων τεχνολογιών με σκοπό την κατανόηση και παραγωγή περιεχομένου.
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα μέσα από την εκμάθηση της γαλλικής γλώσσας και γαλλικών πολιτισμικών στοιχείων .
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις μέσω ανάπτυξης επικοινωνιακών σχέσεων με γαλλόφωνο κοινό.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Για τον προσδιορισμό του περιεχομένου του μαθήματος λαμβάνονται υπόψη τα ενδιαφέροντα και οι ανάγκες των φοιτητών/τριών. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες ενότητες:

- Ανακαλύπτω τη Γαλλία, τις γαλλόφωνες χώρες και τον πολιτισμό τους
- Παρουσιάζω τον εαυτό μου: χαιρετώ, συστήνομαι, δίνω προσωπικές πληροφορίες
- Ταξιδεύω σε μια γαλλόφωνη πόλη/χώρα: μέσα μεταφοράς, δημόσια κτήρια, αξιοθέατα
- Σπουδάζω σε γαλλόφωνο πανεπιστήμιο: αναζήτηση και κατανόηση πληροφοριών ως προς τα τμήματα, τα προγράμματα σπουδών, το διδακτικό προσωπικό, το εβδομαδιαίο ωρολόγιο πρόγραμμα σπουδών, τις διοικητικές ανακοινώσεις.
- Παρακολουθώ γαλλική και γαλλόφωνη ειδησεογραφία σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα
- Εξοικειώνομαι με την ορολογία του τομέα της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων.
- Αναζητώ θέση εργασίας στην ειδικότητά μου.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτύου στη διδασκαλία για εμπλουτισμό των μαθημάτων με διαδικτυακό εκπαιδευτικό περιεχόμενο, για πρόσβαση σε αυθεντικό περιεχόμενο, ηλεκτρονικά λεξικά και μεταφραστικά εργαλεία. Χρήση οπτικοακουστικού υλικού για ανάπτυξη της κατανόησης και παραγωγής προφορικού και γραπτού λόγου. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαδραστική διδασκαλία	39
	Πρακτικές εργασίες αφομοίωσης του γλωσσικού περιεχομένου και ανάπτυξης των επιδιωκόμενων δεξιοτήτων	11

	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	20
	Αυτόνομο Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση στη Γαλλική Γλώσσα που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις κατανόησης κειμένου - Ερωτήσεις συμπλήρωσης κενών - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Εβδομαδιαίες γραπτές εργασίες που αφορούν στο περιεχόμενο της κάθε διδακτικής ενότητας.</p> <p>IV. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> - Alcaraz M. et al., 2017, <i>À la une A1</i>, Εκδόσεις Trait d'union (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77118857) - Tzanavari M., Goussios C., 2014, <i>Mon premier dictionnaire franco-grec de termes économiques et politiques</i>, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 41959759) - Delatour, Y., Jennepin, D., Leon-Dufour, M., Teyssier, B., 2015, <i>Σύγχρονη γραμματική της γαλλικής γλώσσας</i>, Εκδ. Πατάκης (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 68402009) - Baylocq Sassoubre M.-P. et al., 2017, <i>À la une A1 Cahier d'activités</i>, Εκδόσεις Trait d'union (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77118864) - Βλάχου Μ., Γκούσιος Χ., 2015, <i>Le français pour objectifs spécifiques : L'Europe et le monde dans les relations internationales</i>, Εκδόσεις Da Vinci (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50657753)

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3264	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>• Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές/φοιτήτριες να αποσαφηνίζουν έννοιες όπως εταιρική επωνυμία, εταιρική ταυτότητα, εταιρική εικόνα, εταιρική κουλτούρα, εταιρική φήμη, εταιρική συμπεριφορά, οπτική παραστατική εικόνα. Παράλληλα, οι φοιτητές γνωρίζουν πως χτίζεται και ανανεώνεται μια επωνυμία τόσο σε επίπεδο προϊόντος όσο και σε επίπεδο επιχείρησης/οργανισμού. Το μάθημα επεκτείνεται και στη διαχείριση της επωνυμίας ενός τόπου (place/city branding). Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να διακρίνει τις έννοιες της ταυτότητας, εικόνας και φήμης μιας επιχείρησης/οργανισμού. • Να σχεδιάζει προτάσεις αποστολής και οραμάτων για μια επιχείρηση/οργανισμό. • Να δημιουργεί προγράμματα διαχείρισης φήμης και επωνυμίας. • Να μετρά μέσω των κατάλληλων εργαλείων μέτρησης την φήμη επιχειρήσεων και οργανισμών. • Να συζητά τις ανάγκες που οδηγούν στην αλλαγή της εταιρικής ταυτότητας μιας επιχείρησης/οργανισμού. • Να αξιολογεί μέσα από μελέτες περίπτωσης την εικόνα μιας επωνυμίας και να προτείνει στρατηγικές ανανέωσης της εταιρικής ταυτότητας με ιδιαίτερη έμφαση στην οπτική παραστατική εικόνα.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Λήψη αποφάσεων • Αυτόνομη και ομαδική εργασία • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Οι έννοιες της εταιρικής ταυτότητας, εικόνας, φήμης και η μεταξύ τους συσχέτιση.
- Οπτική Παραστατική Εικόνα
- Πρόταση αποστολής και όραμα επιχείρησης.
- Παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις του κοινού για την εικόνα και φήμη μιας επιχείρησης – επωνυμίας.
- Ενέργειες διαμόρφωσης και ενίσχυσης της εταιρικής φήμης και επωνυμίας.
- Μέτρηση Εταιρικής Φήμης
- Μέτρα ανανέωσης εικόνας επιχείρησης και επωνυμίας (rebranding)
- Διαχείριση επωνυμίας τόπου (place branding)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Ατομικές ασκήσεις (προετοιμασία και συγγραφή)	12 ώρες
	Ομαδικές Εργασίες (προετοιμασία-συγγραφή-παρουσίαση)	7 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	100 ώρες
	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης II. Συμμετοχή και Παρουσίαση Ατομικών/Ομαδικών Εργασιών (40% ή 0%)

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Παπατριανταφύλλου, Γ. (2011), *Εταιρική Εικόνα*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Μήλιος, Α. (2006), *Εταιρική Ταυτότητα και Εικόνα*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Karferer, N-J. (2012), *Διοίκηση Μάρκας: Σύγχρονες Στρατηγικές* (Επιμ: Ρηγοπούλου, Ε.), *Rosili Εμπορική – Εκδοτική Μ. ΕΠΕ*, Αθήνα.
- *Harvard Business Review* (2002), *Διαχείριση Εμπορικής Επωνυμίας*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.
- Melewar, T. C., & Alwi, S. S. (Eds.). (2015). *Corporate branding: Areas, arenas and approaches*. Routledge.
- Carroll, C. (2015), *The Handbook of Communication and Corporate Reputation*, John Wiley and Sons.

- Roper, S. and Fill, C. (2012), *Corporate Reputation, Brand, and Communication*, Pearson Education.
- Baker, B. (2007). *Destination branding for small cities: The essentials for successful place branding*. *Destination Branding Book*.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Gielens, K., & Steenkamp, J. B. E. (2019). *Branding in the era of digital (dis) intermediation*. *International Journal of Research in Marketing*.
- Hunt, S. D. (2019). *The ethics of branding, customer-brand relationships, brand-equity strategy, and branding as a societal institution*. *Journal of Business Research*, 95, 408-416.
- Balmer, J. M. (2017). *The corporate identity, total corporate communications, stakeholders' attributed identities, identifications and behaviours continuum*. *European Journal of Marketing*, 51(9/10), 1472-1502.
- Kotsi, F., Balakrishnan, M. S., Michael, I., & Ramsøy, T. Z. (2018). *Place branding: Aligning multiple stakeholder perception of visual and auditory communication elements*. *Journal of destination marketing & management*, 7, 112-130.
- Pedeliento, G., & Kavartzis, M. (2019). *Bridging the gap between culture, identity and image: A structurationist conceptualization of place brands and place branding*. *Journal of Product & Brand Management*, 28(3), 348-363.
- Lund, N. F., Cohen, S. A., & Scarles, C. (2018). *The power of social media storytelling in destination branding*. *Journal of destination marketing & management*, 8, 271-280.
- Tran, M. A., Nguyen, B., Melewar, T. C., & Bodoh, J. (2015). *Exploring the corporate image formation process*. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18(1), 86-114.
- Fombrun, C. J., Ponzi, L. J., & Newbury, W. (2015). *Stakeholder tracking and analysis: The RepTrak® system for measuring corporate reputation*. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 3-24.
- Money, K., Saraeva, A., Garnelo-Gomez, I., Pain, S., & Hillenbrand, C. (2017). *Corporate Reputation Past and Future: A Review and Integration of Existing Literature and a Framework for Future Research*. *Corporate Reputation Review*, 20(3-4), 193-211.
- Carroll, C. E. (2017). *Corporate Reputation and the News Media: The Origin Story*. *Corporate Reputation Review*, 20(3-4), 165-170.
- Cian, L., & Cervai, S. (2014). *Under the reputation umbrella: An integrative and multidisciplinary review for corporate image, projected image, construed image, organizational identity, and organizational culture*. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 182-199.
- de Leaniz, P. M. G., & del Bosque Rodríguez, I. R. (2016). *Corporate image and reputation as drivers of customer loyalty*. *Corporate Reputation Review*, 19(2), 166-178.
- Floredu, P. B., Cabiddu, F., & Evaristo, R. (2014). *Inside your social media ring: How to optimize online corporate reputation*. *Business Horizons*, 57(6), 737-745.
- Ali, R., Lynch, R., Melewar, T. C., & Jin, Z. (2015). *The moderating influences on the relationship of corporate reputation with its antecedents and consequences: A meta-analytic review*. *Journal of Business Research*, 68(5), 1105-1117.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟ II

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3274	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ ΙΙ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Εργαστήρια	2		
Σύνολο	4	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ Ι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Αυτό το μάθημα αποτελεί συνέχεια του μαθήματος Τεχνολογίες Διαδικτύου και Σχεδίαση στον παγκόσμιο Ιστό Ι. Το μάθημα θα εστιάζει στις σύγχρονες τεχνολογίες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη ιστοσελίδων όπως διαδικτυακές πλατφόρμες ανάπτυξης ιστοσελίδων (Google Sites, Wix, Weebly, Wordpress.com), δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα πιο δημοφιλή συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (WordPress.org, Joomla, Drupal).

Το μάθημα επίσης θα ανατρέξει σε δημοφιλή πλατφόρμες δημιουργίας ιστολογίων (π.χ. blogger) και δημιουργίας Wikis και online Forums.

Το μάθημα επίσης θα εστιάσει στην δημιουργία online καταστημάτων και στην ενσωμάτωση στις ιστοσελίδες πολυμεσικού περιεχομένου που βρίσκεται σε διαδικτυακές πλατφόρμες διαμερισμού βίντεο και εικόνων (YouTube, Flickr, Google Drive).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Να συγκρίνει και να αξιολογεί τα διάφορα εργαλεία ανάπτυξης ιστοσελίδων που έχουν καλυφθεί στο συγκεκριμένο μάθημα (διαδικτυακές πλατφόρμες ανάπτυξης ιστοσελίδων & ιστολογίων και Wikis, συστήματα διαχείρισης περιεχομένου και HTML & PHP Templates. Να μπορεί επίσης να αξιολογεί τις παραπάνω λύσεις σε σχέση με τις μεθόδους και τα εργαλεία ανάπτυξης που καλύφθηκαν στο μάθημα «Τεχνολογίες Διαδικτύου και Σχεδίαση στον Ιστό Ι».
2. Να συγκρίνει και να αξιολογεί τα Συστήματα Διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα (Wordpress, Joomla, Drupal).
3. Να σχεδιάζει και να δημιουργεί ιστοτόπους χρησιμοποιώντας τις πιο δημοφιλή διαδικτυακές πλατφόρμες σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοσελίδων (π.χ. Google sites, Wix, Weebly, Wordpress.com).
4. Να σχεδιάζει και να δημιουργεί ιστοτόπους χρησιμοποιώντας Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα (π.χ. Wordpress, Joomla, Drupal).
5. Να σχεδιάζει και να αναπτύσσει ιστολόγια για προσωπική και επαγγελματική χρήση (π.χ. μέσω Blogger).
6. Να σχεδιάζει και να αναπτύσσει Wikis για συνεργατική παραγωγή διαδικτυακού περιεχομένου
7. Να δημιουργεί ηλεκτρονικά καταστήματα με τις δυνατότητες που παρέχουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες δημιουργίας ιστοσελίδων και τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου.

8. Να ακολουθεί τους κανόνες του SEO για δημιουργία σελίδων φιλικών προς τις μηχανές αναζήτησης. Επιπλέον ενέργειες για καλύτερη κατάταξη σε μηχανές αναζήτησης (π.χ. προσέλκυση incoming links κτλ)
9. Να ενσωματώνει πολυμεσικό περιεχόμενο που βρίσκεται σε άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες και κοινωνικά δίκτυα στις ιστοσελίδες. Ενδεικτικά τέτοιο περιεχόμενο μπορεί να είναι βίντεο από πλατφόρμες διαμοιρασμού βίντεο (YouTube, Vimeo), φωτογραφίες και PhotoAlbum από πλατφόρμες διαμερισμού φωτογραφιών και κοινωνικά δίκτυα (π.χ Flickr, Instagram, Google Drive), παρουσιάσεις, γραφήματα δεδομένων, ερωτηματολόγια (Google Forms).
10. Να συνδυάζει τις γνώσεις που απέκτησε σε προηγούμενο εξάμηνο πάνω σε πακέτα επεξεργασίας εικόνας και βίντεο για τον σχεδιασμό καλαίσθητων και αποτελεσματικών διαδικτυακών παρουσιών.
11. Να προσαρμόζεται στις εξελίξεις των διαδικτυακών πλατφόρμων σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοσελίδων και των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου και να ανασχεδιάζει τις διαδικτυακές παρουσίες βάση των εξελίξεων αυτών

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Διαδικτυακές πλατφόρμες δημιουργίας ιστοσελίδων (Google sites, Weebly, Wix)
- Διαδικτυακές πλατφόρμες δημιουργίας ιστολογίων (π.χ. Blogger)
- Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (π.χ. Wordpress.org, Joomla, Drupal)
- Διαδικτυακά λογισμικά ανάπτυξης Wikis για την δημιουργία συνεργατικού περιεχομένου
- Δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων με συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (π.χ. Wordpress) και διαδικτυακών πλατφόρμων (π.χ. Wix).
- Ενσωμάτωση πολυμεσικού περιεχομένου που βρίσκεται σε άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες και κοινωνικά δίκτυα στις ιστοσελίδες (π.χ. βίντεο από YouTube, παρουσιάσεις, γραφήματα και ερωτηματολόγια από Google Drive, εικόνες και photoalbum από flickr, διαδραστικά βίντεο από H5P, flash banners, HTML 5 περιεχόμενο κ.α.)
- Κανόνες SEO για δημιουργία σελίδων φιλικών προς τις μηχανές αναζήτησης

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με online πλατφόρμες δημιουργίας ιστοσελίδων, HTML και CSS templates, λογισμικά δημιουργίας ιστολογίων και wikis, συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS).	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου

	Διαλέξεις	21
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- ΜΑΘΕΤΕ ΤΟ WORDPRESS 4.X, ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΠΙΚΑΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 2015
- Μαθαίνετε εύκολα Joomla 3.x, Ξαρχάκος Κωνσταντίνος, Μαρκατσέλας Μανώλης, Εκδόσεις Άβακας, 2014

ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3284	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
Τα μάθημα μελετά την κοινωνική συμπεριφορά σε θεσμοποιημένες δομές όπως οικογένεια, συστήματα συγγένειας, πολιτική οργάνωση, τρόποι παραγωγής, τρόποι διευθέτησης διαφορών, θρησκείες καθώς και τις σχέσεις ανάμεσα στους θεσμούς μέσα από την οπτική της Κοινωνικής και Πολιτικής Ανθρωπολογίας και της ανθρωπογεωγραφίας. Η Κοινωνική Ανθρωπολογία ως επιστήμη έχει συμβάλει στην κατανόηση της πολιτισμικής διαφορετικότητας στον πλανήτη.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none">• Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης• Διεύρυνση σκέψης σε σχέση με βασικές έννοιες στο πεδίο της ανθρωπολογίας σε σχέση με την πολιτισμική ποικιλότητα.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Το μάθημα ασχολείται συγκριτικά με τους ανθρώπινους πολιτισμούς και τις κοινωνίες και συμβάλει στην κατανόηση της πολιτισμικής διαφορετικότητας στον πλανήτη. Μελετά την κοινωνική συμπεριφορά σε θεσμοποιημένες δομές και τις σχέσεις ανάμεσα στους θεσμούς. Το μάθημα δίνει έμφαση στις έννοιες: πολιτισμός, κουλτούρα, κοινωνία, κοινωνικές δομές και κοινωνική οργάνωση σύμφωνα με τις δομο-λειτουργικές θεωρίες της βρετανικής ανθρωπολογίας.</p> <p>Συγκεκριμένα το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none">• Το γνωστικό πεδίο της ανθρωπολογίας- Η Ανθρωπολογία και οι άλλες Επιστήμες του Ανθρώπου- Μέθοδοι έρευνας• Πολιτισμική αλλαγή και Προσαρμογή- Θηρευτές-Συλλέκτες-Καλλιεργητές-Κτηνοτρόφοι-Ομάδες (bands), φυλές (tribes), αρχηγικές δομές (chiefdoms), μη βιομηχανικά κράτη (non-industrial states)• Οικονομία -Κοινωνική και πολιτική οργάνωση-Οικονομικά συστήματα-Τρόποι παραγωγής και περιβάλλον-Διανομή (distribution), ανταλλαγή (exchange), δώρημα (potlatch)• Συγγένεια και καταγωγή-Ορολογία-Ομάδες συγγένειας – πυρηνική οικογένεια – κοινωνική οργάνωση-Γενεαλογική γραμμή (lineage) και κλαν (clan)-Γάμος και Συμμαχία-Αιμομιξία και εξωγαμία• Φύλο-Θέματα φύλου στους θηρευτές-συλλέκτες, καλλιεργητές και κτηνοτρόφους- σε παραδοσιακές και σύγχρονες κοινωνίες• Θρησκεία-Καταγωγή των θρησκειών-Θρησκευτική έκφραση-Θρησκεία και Πολιτισμική Οικολογία• Πολιτισμική ανταλλαγή και επιβίωση-Ιθαγενείς στρατηγικές επιβίωσης (σχέση με τη γη, διαχείριση πηγών, απόδοση δικαιοσύνης)• Ανάπτυξη και περιβαλλοντισμός -σύγχρονος αποικισμός, εισβολές, αποδάσωση, φράγματα, εξορύξεις, περιβαλλοντικές απειλές, πολιτισμική κατάρρευση• Η διατήρηση της πολιτισμικής ποικιλότητας-Το μέλλον των ιθαγενών λαών-Αντίσταση και επιβίωση-Κινήματα ιθαγενών και οργανισμοί υποστήριξης-Η στάση των κυβερνήσεων
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	61
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης Ή II. Εργασία (100%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Μιχαήλ, Δ. (2003). Κόσμοι που χάνονται. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αντ. Σταμούλη.
- Lewellen, T.C. (2009). Πολιτική Ανθρωπολογία: Μια εισαγωγή. Αθήνα: Κριτική.
- Thomas Hylland Eriksen (2007). Μικροί τόποι μεγάλα ζητήματα. Εκδόσεις Κριτική.
- Geertz, C. (2003). Η Ερμηνεία των Πολιτισμών. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Joy Henry (2011). Οι κόσμοι που μοιραζόμαστε: Εισαγωγή στην πολιτισμική και Κοινωνική Ανθρωπολογία. Αθήνα: Κριτική.

Συναφή Επιστημονικά Περιοδικά: *International Political Anthropology, Political and Legal Anthropology Review, Cultural Anthropology* κ.ά.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 3294	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	2		

	Σύνολο:	5	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μάθημα Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Κατόπιν συνεννόησης με τον διδάσκοντα		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - θα γνωρίζουν το θεωρητικό πλαίσιο, βασικές έννοιες και ορολογία της ψηφιακής τεχνολογίας, των κοινωνικών δικτύων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, - θα κατανοούν κριτικά, θα κατηγοριοποιούν, θα συγκρίνουν και θα αξιολογούν τους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης και τα ψηφιακά εργαλεία, - θα είναι εξοικειωμένοι/ες με τις διαφορετικά περιβάλλοντα των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης, - θα έχουν αναπτύξει ψηφιακές δεξιότητες, - θα διαχειρίζονται το περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, - θα είναι ικανοί/ές να προβούν σε ανάλυση του περιεχομένου (αναρτήσεις, σχόλια, κ.λπ.) με συνδυαστική χρήση ηλεκτρονικών εργαλείων επεξεργασίας του λόγου και δεδομένων, - θα είναι ικανοί/ές να σχεδιάζουν και να υλοποιούν εκστρατείες ενημέρωσης, προβολής, ευαισθητοποίησης, κ.λπ. στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, - θα προσαρμόζουν τις εκστρατείες επικοινωνίας με βάση τις συνεχείς εξελίξεις που χαρακτηρίζουν τον τομέα των διαδικτυακών εφαρμογών, - θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, απαραίτητες για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας, - θα είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών - Αυτόνομη εργασία - Ομαδική εργασία - Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής - Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον - Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών - Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

- Λήψη αποφάσεων
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό εστιάζει στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, από την ανάλυση των χαρακτηριστικών τους ως την επεξεργασία και αξιολόγηση του περιεχομένου. Συνοπτικά, περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:

- Εισαγωγή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: βασικές έννοιες και ορολογία της ψηφιακής τεχνολογίας, των κοινωνικών δικτύων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, κατηγορίες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σύγχρονες τάσεις, αλλαγές που επιφέρουν οι τρέχουσες εφαρμογές Web 2.0 και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία (εταιρειών, οργανισμών, πολιτικών, κ.λπ.)
- Λειτουργίες, ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης (desktop, mobile).
- Εργαλεία συνεργατικής δημιουργίας περιεχομένου.
- Δημιουργική στρατηγική, παραγωγή περιεχομένου και κειμενογραφία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με συνδυαστική χρήση ψηφιακών εργαλείων (για την επεξεργασία εικόνας, design, video, animation, κλπ).
- Σχεδιασμός και υλοποίηση εκστρατειών στρατηγικής επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Εργαλεία διαχείρισης μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Ανάλυση του λόγου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εξαγωγή πληροφορίας, συγκρότηση σωμάτων κειμένων και επεξεργασία του λόγου με χρήση ηλεκτρονικών εργαλείων.
- Δείκτες μέτρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: κυριότεροι όροι, ανάλυση και επεξεργασία στατιστικών δεδομένων.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτυακών πηγών για υποστήριξη και εμπλουτισμό της διδασκαλίας. Χρήση υπολογιστικών εργαλείων κατά τη διδασκαλία. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη διδακτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>
	Διαλέξεις	39
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	15
	Αυτόνομη Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	105
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση που συνήθως περιλαμβάνει:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στις διαλέξεις και στις εργαστηριακές ασκήσεις</p> <p>III. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

	<ul style="list-style-type: none"> - Tuten T. & Solomon M., <i>Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</i>, 2^η έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50660195) - Μήτρου Λ., Πισκοπάνη Μ.Α., Τάσσης Σ., Καρύδα Μ., Κοκολάκης Σ., 2013, Facebook, blogs και δικαιώματα, Εκδόσεις Σάκκουλα (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 33256821) - Γούτσος Δ., 2012, Γλώσσα – Κείμενο, Ποικιλία, Σύστημα, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22712315) - Freberg K., 2018, <i>Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications</i>, SAGE Publications - Handley A., 2014, <i>Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content</i>, Wiley Publications - Mae Kim C., 2016, <i>Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing</i>, Routledge - Kress G. & Van Leeuwen T., 2010, <i>Η ανάγνωση των εικόνων: η γραμματική του οπτικού σχεδιασμού</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 58637) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2008, <i>Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης</i>, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών. (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3252)
--	---

Γ4. Μαθήματα 4ου Εξαμήνου

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4115	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Τα ψηφιακά μέσα, το διαδίκτυο, ο παγκόσμιος ιστός, ο παγκόσμιος ιστός 2.0, τα ιστολόγια, οι διαδικτυακές πλατφόρμες και τα social media προσφέρουν νέα κανάλια με πολλαπλές δυνατότητες και ευκαιρίες για δημιουργική χρήση τους στον τομέα του Μάρκετινγκ και του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. Το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού στο νέο ψηφιακό περιβάλλον και στο μάθημα θα αναπτυχθούν οι γενικότερες πτυχές και δυνατότητες του ηλεκτρονικού επιχειρείν το οποίο περιλαμβάνει ένα μεγάλο φάσμα ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων συμπεριλαμβανομένου της ηλεκτρονικής παρουσίας μιας επιχείρησης ή οργανισμού, του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce), της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (e-government), των ηλεκτρονικών συναλλαγών κ.α. Ιδιαίτερη εστίαση στο ηλεκτρονικό επιχειρείν θα δοθεί στην ηλεκτρονική παρουσία και τις στρατηγικές διαδικτυακού ή ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (e-marketing) το οποίο θα είναι στο επίκεντρο του μαθήματος. Το μάθημα θα επεκταθεί και στο ψηφιακό μάρκετινγκ το οποίο πολλές φορές συγχέεται με το διαδικτυακό μάρκετινγκ και ο λόγος είναι επειδή το διαδικτυακό μάρκετινγκ αποτελεί το μεγαλύτερο και σημαντικότερο μέρος σήμερα του ψηφιακού μάρκετινγκ λόγω της ολόενα και μεγαλύτερης σημασίας που αποκτά το διαδικτυακό (online) περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούμαστε. Το ψηφιακό μάρκετινγκ περιλαμβάνει την αξιοποίηση κάθε πρόσφορου ψηφιακού μέσου, καναλιού ή συσκευής για την προώθηση του επικοινωνιακού μηνύματος περιλαμβάνοντας τόσο στρατηγικές και τεχνικές σε περιβάλλον online όσο και σε περιβάλλον offline (π.χ. ψηφιακά παιχνίδια, ψηφιακή τηλεόραση, κινητή τηλεφωνία κλπ). Επομένως το μάθημα θα επικεντρωθεί σε τεχνικές και στρατηγικές που σχεδιάζονται και λειτουργούν στο γενικότερο ψηφιακό περιβάλλον για την προώθηση του μάρκετινγκ μηνύματος σε διάφορα κοινά καλύπτοντας το τρίπτυχο ψηφιακού μάρκετινγκ, διαδικτυακού

μάρκετινγκ, ηλεκτρονικού επιχειρείν καθώς και τις μεταξύ τους σχέσεις, αλληλοσυνδέσεις και επεκτάσεις.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Έχει κριτική κατανόηση και να προσαρμόζεται στις εξελίξεις του ψηφιακού περιβάλλοντος για την άσκηση του ψηφιακού και διαδικτυακού μάρκετινγκ
- Έχει κριτική κατανόηση της επίδρασης των νέων μέσων στην οργανωτική δομή των επιχειρήσεων
- Έχει κριτική κατανόηση του φάσματος ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων που μπορεί να αναπτύξει μια επιχείρηση ή οργανισμός στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου
- Εξερευνεί και αξιολογεί την αποτελεσματικότητα του ψηφιακού και διαδικτυακού μάρκετινγκ
- Συγκρίνει και να αντιπαραβάλλει διαφορετικές στρατηγικές ψηφιακού και διαδικτυακού μάρκετινγκ μέσα από μελέτες περίπτωσης
- Αποκτήσει προχωρημένες ικανότητες σχεδιασμού και εφαρμογής καλών πρακτικών ψηφιακού και διαδικτυακού μάρκετινγκ

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη Εργασία
- Ομαδική Εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Λήψη Αποφάσεων
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Σχεδιασμός και Διαχείριση Έργων
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Έννοιες και Περιβάλλον Ηλεκτρονικού Επιχειρείν
- Τομείς και Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Επιχειρείν
- Στρατηγικές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν
- Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν
- Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και εστίαση σε ομάδες κοινού
- Διαδικτυακά Επιχειρηματικά Μοντέλα
- Κεντροχρηστικά διαδικτυακά μοντέλα
- Μορφές Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Mobile Marketing
- Διαδικτυακό Μάρκετινγκ
- Μηχανές Αναζήτησης και Search Engine Marketing
- Search Engine Optimization
- Τεχνικές Βελτιστοποίησης Ιστοτόπων
- Web 2.0 και Social Media Μάρκετινγκ
- YouTube και Ιογενές Μάρκετινγκ
- Στρατηγικές διαδικτυακού μάρκετινγκ
- Μετρήσεις και Αναλύσεις με χρήση αναλυτικών εργαλείων
- Μετρήσεις Απόδοσης Return On Investment (ROI)
- Προσωποποιημένο και συνεργατικό διαδικτυακό μάρκετινγκ
- Ευφυείς Τεχνικές στο Διαδικτυακό Μάρκετινγκ
- Μελέτες Περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Οι φοιτητές αξιοποιούν το Διαδίκτυο για την σχεδίαση στρατηγικών διαδικτυακών δημοσίων σχέσεων και στρατηγικού διαδικτυακού μάρκετινγκ</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με παρουσιάσεις powerpoint και βιντεομαθήματα.</p>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Εκπόνηση Μελέτης (Project)	36
	Αυτοτελής Μελέτη	50
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις σύντομης απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας <p>II. Εκπόνηση Εργασίας (30%)</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Βλαχοπούλου Μάρω ,Δημητριάδης Σέργιος (2013), Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ, Rosili Εκδοτική.
- ΣΙΩΜΚΟΣ Γ.-ΤΣΙΑΜΗΣ Ι. (2015) E-MARKETING-MARKETING ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ
- Todd Kelsey (2017) Introduction to Social Media Marketing, Apress, Κωδικός Εύδοξος 75487874
- Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon (2016) SOCIAL MEDIA MARKETING: Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Διαύλος Α.Ε.
- Laudon Kenneth, Traver Carol Guercio (2018), Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2018: Επιχειρήσεις, Τεχνολογία, Κοινωνία, Παπασωτηρίου
- DAVE CHAFFEY (2016) ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- C. Holloman (2014) The Social Media MBA Guide to ROI: How to measure and improve your return on investment, Wiley, Κωδικός Εύδοξος 80501713
- Διαμαντής Κιτριδης (2014) Social Media: Facebook Marketing, Φαίδων-Γρηγόριος Κυδωνιάτης

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ I

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ Ι		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Στατιστική για Κοινωνικές Επιστήμες		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με τη χρήση ποιοτικών μεθόδων έρευνας και ανάλυσης, προκειμένου να τις αξιοποιήσουν για την επίλυση επικοινωνιακών προβλημάτων. Μέσω του μαθήματος οι φοιτητές εξοπλίζονται με τις κατάλληλες γνώσεις και εργαλεία ώστε να είναι σε θέση να σχεδιάζουν, να διεξάγουν, να αναλύουν, να εξάγουν συμπεράσματα και να προετοιμάζουν αναφορές για ποιοτικές έρευνες. Συγκεκριμένα, εξετάζονται μέθοδοι έρευνας όπως οι ομάδες εστίασης, η σε βάθος συνέντευξη, οι τεχνικές παρατήρησης, η συμμετοχική παρατήρηση, οι προβολικές τεχνικές, η μελέτη περίπτωσης και η ανάλυση περιεχομένου.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να συγκρίνουν και να αντιπαραβάλλουν τις διάφορες μεθόδους ποιοτικής έρευνας. • Να αξιολογούν την καταλληλότητα των διαφόρων μεθόδων σε πραγματικά προβλήματα επικοινωνίας • Να συνθέτουν τα αποτελέσματα υφιστάμενων ερευνών • Να σχεδιάζουν και να διεξάγουν ποιοτικές έρευνες. • Να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα ποιοτικών ερευνών. • Να αξιοποιούν τα αποτελέσματα ποιοτικών ερευνών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για επικοινωνιακά προβλήματα. • Να αξιολογούν την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ποιοτικών μεθόδων έρευνας. • Να αναλύουν και να παρουσιάζουν τα αποτελέσματα πρωτογενών ποιοτικών δεδομένων • Να εντάσσουν τις ποιοτικές έρευνες στα αρχικά στάδια ποσοτικών ερευνών.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Κριτική σκέψη • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Η συμβολή της ποιοτικής έρευνας στην ανάλυση θεμάτων που άπτονται της επικοινωνίας. -Επιστημολογική θεμελίωση μεθόδων ποιοτικής έρευνας. -Διαφορές ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων έρευνας. -Ηθικά ζητήματα και δεοντολογία στην ποιοτική έρευνα.
--

- Χρήση υφιστάμενων δεδομένων
- Δειγματοληψία
- Ανάλυση περιεχομένου.
- Ανάλυση λόγου.
- Τεχνικές παρατήρησης
- Συμμετοχική παρατήρηση.
- Συνεντεύξεις σε βάθος.
- Ομάδες εστίασης.
- Προβολικές τεχνικές.
- Σημειωτική.
- Μελέτη περίπτωσης (case study)
- Ανάλυση και επεξεργασία των ποιοτικών δεδομένων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύνοπτης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής μεθόδων ποιοτικής έρευνας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Adler, S.A. και Clark, R. (2018). Κοινωνική Έρευνα, μια Ξεναγηση στις Μεθόδους και στις Τεχνικές, Εκδόσεις Τζιόλα
- Ιωσηφίδης, Θ. (2017), Ποιοτικές Μέθοδοι Έρευνας και Επιστημολογία των Κοινωνικών Επιστημών,, Εκδόσεις Τζιόλα.
- Glessne, C. (2018), Η Ποιοτική Έρευνα, Οδηγός για Νέους Επιστήμονες, Μεταίχμιο Εκδοτική
- Babbie, E. (2018), Κοινωνική Έρευνα, Εκδόσεις Κριτική
- Flick, U. (2017), Εισαγωγή στον Ποιοτική Έρευνα, Εκδόσεις Προπομπός
- Κυριαζή, Ν. (2011), Η Κοινωνιολογική Έρευνα, Πεδίο Α.Ε..
- Καλλινικάκη, Θ. (2010), Ποιοτικές Μέθοδοι στην Έρευνα της Κοινωνικής Εργασίας, Μοτίβο Εκδοτική Α.Ε.
- Σιώμκος, Γ. και Μαύρος, Δ. (2015), Έρευνα Αγοράς, Εκδόσεις Λιβάνη.
- Denzin, N. & Lincoln, Y.S. (2005), The Sage Handbook of Qualitative Research, Sage.
- Berg, B. L. (2004), Qualitative Research Methods for the Social Sciences (Vol. 5), Boston: Pearson.

- Wimmer, R. D. (2012), *Mass Media Research*, Cengage Learning.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2010), *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*, Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Cian, L. (2012), *A Comparative Analysis of Print Advertising Applying the two Main Plastic Semiotics Schools: Barthes' and Greimas*, *Semiotica*, No. 190, pp. 57-79.
- Neuendorf, K. A. (2011). *Content analysis—A methodological primer for gender research*. *Sex Roles*, 64, No 3-4, pp. 276-289.
- An, S. K., & Gower, K. K. (2009), *How do the News Media Frame Crises? A Content Analysis of Crisis News Coverage*, *Public Relations Review*, Vol. 35, No. 2, pp. 107-112.
- Boddy, C. (2005), *Projective Techniques in Market Research: Valueless Subjectivity or Insightful Reality?*, *International Journal of Market Research*, Vol. 47, No. 3, pp. 239-254.
- Stewart, K., & Williams, M. (2005), *Researching Online Populations: The Use of Online Focus Groups for Social Research*, *Qualitative Research*, Vol. 5, No. 4, pp. 395-416.
- Kidd, P. S., & Parshall, M. B. (2000). *Getting the focus and the group: enhancing analytical rigor in focus group research*. *Qualitative health research*, 10, No.3, pp. 293-308.
- Kassarian, H. H. (1977), *Content Analysis in Consumer Research*, *Journal of Consumer Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 8-18.
- Kitzinger, J. (1995). *Qualitative research: introducing focus groups*. *Bmj*, 311(7000), 299-302.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4135	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δημόσιες Σχέσεις		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η μελέτη των θεωρητικών και εμπειρικών προσεγγίσεων σχετικά με τη «στρατηγική διοίκηση» και «αριστεία» των δημοσίων σχέσεων. Μέσω του μαθήματος οι φοιτητές αναγνωρίζουν τους ρόλους και τις αρμοδιότητες των στελεχών επικοινωνίας και κατανοούν τους διάφορους τύπους στρατηγικών δημοσίων σχέσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τα στελέχη δημοσίων σχέσεων. Παράλληλα, περιγράφονται οι βασικές τακτικές και τα εργαλεία που έχει στη διάθεσή του ένα στέλεχος δημοσίων σχέσεων κατά την ανάπτυξη της στρατηγικής του όπως δελτία τύπου, συνεντεύξεις τύπου, ετήσια δελτία, κ.λπ.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοούν την έννοια της στρατηγικής, των τακτικών και τη σημασία της στρατηγικής διοίκησης των δημοσίων σχέσεων.
- Αναγνωρίζουν το βασικό ρόλο και τη συνεισφορά των δημοσίων σχέσεων στο στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων.
- Διακρίνουν τις διαφορές στους ρόλους και τις αρμοδιότητες μεταξύ των μάνατζερ δημοσίων σχέσεων και των τεχνικών επικοινωνίας.
- Ξεχωρίζουν την έννοια των εταιρικών δημοσίων σχέσεων από αυτή των μάρκετινγκ δημοσίων σχέσεων.
- Συνθέτουν κατάλληλες στρατηγικές δημοσίων σχέσεων τις οποίες θα υποστηρίζουν με αποδοτικές τακτικές ενέργειες.
- Εκτιμούν την αποτελεσματικότητα των επικοινωνιακών μηνυμάτων μέσω στοιχείων που συλλέγουν έπειτα από ανάλυση του περιβάλλοντος όπως ερευνών αγοράς, προσωπικών συνεντεύξεων, media analysis κ.α.
- Να κρίνουν το βαθμό αριστείας των τμημάτων δημοσίων σχέσεων Ελληνικών επιχειρήσεων βάσει των θεωριών της αριστείας (excellence theory) των δημοσίων σχέσεων.
- Να συντάσσουν δελτία τύπου τόσο για παραδοσιακά όσο και για ψηφιακά περιβάλλοντα.
- Αντιπαραβάλλουν και να συγκρίνουν εναλλακτικές στρατηγικές και τακτικές δημοσίων σχέσεων μέσω της ανάλυσης περιπτώσιολογικών μελετών.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Πως χρησιμοποιούνται οι έννοιες της στρατηγικής και της τακτικής στον επιχειρηματικό κόσμο.
- Η εξέλιξη της στρατηγικής διοίκησης και του στρατηγικού σχεδιασμού των δημοσίων σχέσεων.
- Η έννοια της στρατηγικής και της τακτικής στις δημόσιες σχέσεις.
- Οι θεωρίες της Αριστείας στις Δημόσιες Σχέσεις
- Εταιρικές δημόσιες σχέσεις εναντίον μάρκετινγκ δημόσιες σχέσεις.
- Μάνατζερ δημοσίων σχέσεων εναντίον τεχνικού επικοινωνίας.
- Ο ρόλος της έρευνας κατά την ανάπτυξη στρατηγικών δημοσίων σχέσεων.
- Η διαδικασία της στοχοθέτησης στις δημόσιες σχέσεις.
- Τύποι στρατηγικών και τακτικών δημοσίων σχέσεων.
- Τακτικές δημοσίων σχέσεων με τη χρήση νέων τεχνολογιών
- Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών εφαρμογής στρατηγικών και τακτικών δημοσίων σχέσεων.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Προετοιμασία, Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	20 ώρες
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ασκήσεων/εργασιών	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις επίλυσης επικοινωνιακών προβλημάτων και περιπτώσεων <p>II. Παρουσίαση και Συγγραφή Ομαδικών/Ατομικών Εργασιών/Ασκήσεων (40% ή 0%)</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Wilcox, D. and Cameron, G. (2014), *Δημόσιες Σχέσεις: Στρατηγικές και Τεχνικές*, Γ. Παρίκος & Σια ΕΕ, Αθήνα.
- Παπαλεξανδρή, Ν. και Λυμπερόπουλος, Δ. (2014), *Δημόσιες Σχέσεις: Η λειτουργία της Επικοινωνίας στους Σύγχρονους Οργανισμούς*, Ευγενία Σωτ. Μπένου.
- Κουτούπης Θ. (2016), *Δημόσιες Σχέσεις*, Εκδόσεις Σάκκουλα ΕΕ.
- Αρναούτογλου, Ε. (2014), *Δημόσιες Σχέσεις*, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Jefkins, F. (2018). *Public relations for management success*. Routledge.
- Smith, R. (2017), *Strategic Planning for Public Relations (5th Edition)*, Routledge.
- Austin, E. and Pinkleton, B. (2015), *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs (3rd Edition)*, Routledge.
- Theaker, A., & Yaxley, H. (2017). *The Public Relations Strategic Toolkit: An essential guide to successful public relations practice*. Routledge.
- Kendall, R. (1995), *Public Relations Campaign Strategies (2nd Edition)*, Harper Collins.
- Dozier, D. M., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (2013). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Routledge.
- Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2003). *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Routledge.
- Van Ruler, B., & Vercic, D. (Eds.). (2008). *Public relations and communication management in Europe: A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice*. Walter de Gruyter.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Vercic, D., & Zerfass, A. (2016). *A comparative excellence framework for communication management*. *Journal of Communication Management*, 20(4), 270-288.
- Grunig, J. E. (2017). *Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory*. *In Public relations theory (pp. 17-44)*. Routledge.

- Plowman, K. D., & Wilson, C. (2018). *Strategy and Tactics in Strategic Communication: Examining their Intersection with Social Media Use*. *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), 125-144.
- Cardwell, L. A., Williams, S., & Pyle, A. (2017). *Corporate public relations dynamics: Internal vs. external stakeholders and the role of the practitioner*. *Public Relations Review*, 43(1), 152-162.
- Moss, D., Likely, F., Sriramesh, K., & Ferrari, M. A. (2017). *Structure of the public relations/communication department: Key findings from a global study*. *Public Relations Review*, 43(1), 80-90.
- Lee, N., Sha, B. L., Dozier, D., & Sargent, P. (2015). *The role of new public relations practitioners as social media experts*. *Public Relations Review*, 41(3), 411-413.
- Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). *Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe*. *Public Relations Review*, 41(2), 242-253.
- Theofilou, A., & Watson, T. (2014). *The history of public relations in Greece from 1950 to 1980: Professionalization of the "art"*. *Public Relations Review*, 40(4), 700-706.
- Valentini, C., & Sriramesh, K. (2014). *To be, or not to be: Paradoxes in strategic public relations in Italy*. *Public Relations Review*, 40(1), 3-13.
- Triantafyllidou, A. and Yannas, P. (2014), "How Public Relations Agencies in Greece Respond to Digital Trends", *Public Relations Review*, Vol. 40, No. 5, pp. 815-817 (Impact Factor: 1.249).
- Grunig, J. and Grunig, L. (1998), *The Relationship Between Public Relations and Marketing in Excellent Organizations: Evidence from the IABC Study*, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 4, pp. 141-162.
- Grunig, J. E., Grunig, L. A., Sriramesh, K., Huang, Y. H., & Lyra, A. (1995). *Models of public relations in an international setting*. *Journal of public relations research*, 7(3), 163-186.
- Grunig, J. and Grunig, L. (2000), *Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project*, *Journalism Studies*, Vol. 1 No. 2, pp. 303-321.
- Marx, T. (1990), *Strategic Planning for Public Affairs*, *Long Range Planning*, Vol. 23 No. 1, pp. 9-16.
- Mintzberg, H. (1994), *The Fall and Rise of Strategic Planning*, *Harvard Business Review*, January-February, pp. 107-114.
- Kotler, P., & Mindak, W. (1978), *Marketing and Public Relations*, *Journal of Marketing*, Vol. 42, No. 4, pp. 13-20.
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995), *Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice*, *Journal of Public Relations Research*, Vol. 7, No. 1, pp. 3-26.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4145	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Εργαστήρια	2		

	Σύνολο	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Αρχές Επεξεργασίας Βίντεο και Ήχου		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Αυτό το μάθημα επικεντρώνεται στις τεχνολογίες και τα στάδια οπτικοακουστικών παραγωγών (προ-παραγωγή, παραγωγή και μετα-παραγωγή) καθώς και στην δημιουργία και λειτουργία διαδικτυακών τηλεοπτικών σταθμών.</p> <p>Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε προχωρημένες τεχνικές επεξεργασίας βίντεο, δημιουργίας εφέ και ηχοληψίας.</p> <p>Ο φοιτητής θα πρέπει να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναλύει και αξιολογεί ολοκληρωμένες οπτικοακουστικές παραγωγές για στοχευμένες επικοινωνιακές ενέργειες • Να συγκρίνει και αξιολογεί τις σύγχρονες τεχνολογίες (υλικό και λογισμικό) που χρησιμοποιούνται στην διαδικασία δημιουργίας οπτικοακουστικών παραγωγών. • Να συγκρίνει και να αξιολογεί τις διαθέσιμες τεχνολογίες για την δημιουργία ψηφιακών τηλεοπτικών σταθμών και διαδικτυακών σταθμών καθώς και τον τρόπο λειτουργίας τους. • Να συγκρίνει, να αξιολογεί και να καθορίζει τις ανάγκες σε εξοπλισμό, λογισμικά και ανθρώπινο δυναμικό, για την δημιουργία διαφόρων ειδών οπτικοακουστικών παραγωγών με στόχο την επικοινωνία με στοχευμένα κοινά (βίντεο προώθησης, ειδήσεις-τηλεοπτικό ρεπορτάζ, ντοκυμαντέρ πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης, εκπαιδευτικά βίντεο κ.α.) • Να δημιουργεί ολοκληρωμένες οπτικοακουστικές παραγωγές με προηγμένες τεχνικές λήψης και επεξεργασίας βίντεο, προσθήκης εφέ, και ηχοληψίας χρησιμοποιώντας κατάλληλο εξοπλισμό και επαγγελματικά πακέτα λογισμικού (εμπορικά και ανοιχτού κώδικα). <p>Να κατανοεί και να αξιολογεί τις ανάγκες δημιουργίας ζωντανών εκπομπών. Να διαχειρίζεται ζωντανές εκπομπές (ειδήσεις, τηλεοπτικά ρεπορτάζ, συνεντεύξεις)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να διαχειρίζεται σύνθετες τεχνικές επεξεργασίας εικόνας και δημιουργίας γραφικών που διδάχθηκε σε προηγούμενα εξάμηνα για ενσωμάτωση εικόνων και γραφικών στην ολοκληρωμένη οπτικοακουστική παραγωγή. • Να προσαρμόζει τις γνώσεις του λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις στις νέες τεχνολογίες που σχετίζονται με την δημιουργία ολοκληρωμένων παραγωγών.
Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Αρχές λειτουργίας ψηφιακών εκπομπών.
- Χώροι παραγωγής (Studio), είδη καμερών και άλλος εξοπλισμός (μικρόφωνα, autocue, green screen). Ο φωτισμός για ψηφιακές παραγωγές.
- Τεχνολογίες διαδικτυακών τηλεοπτικών studio (hardware, on-demand services, webcasting or real-time streaming video κτλ)
- Η διαδικασία, το ανθρώπινο δυναμικό και ο εξοπλισμός στην δημιουργία οπτικοακουστικών παραγωγών αναλυτικά. Προ-παραγωγή (ανάγκες, παραγωγής σε εξοπλισμό και ανθρώπινο δυναμικό, σενάριο), παραγωγή (λήψεις βίντεο και ήχου), μετα-παραγωγή (μοντάζ)
- Η λειτουργία και χειρισμός της κάμερας. Προχωρημένες τεχνικές σύλληψης βίντεο με βιντεοκάμερα (και κινητών συσκευών).
- Προχωρημένες τεχνικές μοντάζ και προσθήκης ειδικών εφέ με επαγγελματικά πακέτα λογισμικού (π.χ Adobe Premiere, After effects)
- Σύλληψη ήχου (π.χ. αφηγήσεις, συνεντεύξεις), είδη μικροφώνων και επαγγελματικός εξοπλισμός ηχοληψίας. Προχωρημένες τεχνικές ηχοληψίας και επεξεργασίας ήχου με λογισμικά επεξεργασίας ήχου (π.χ. Audacity). Ενσωμάτωση και συγχρονισμός του ήχου στο βίντεο (αφηγήσεις, μουσική κτλ).
- Ενσωμάτωση εικόνων και γραφικών σε οπτικοακουστικές παραγωγές (ζωντανές και μη).
- Δημιουργία και διαχείριση ζωντανών εκπομπών (ειδήσεις, τηλεοπτικό ρεπορτάζ, συνεντεύξεις)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά γραφείου επεξεργασίας ήχου και βίντεο και με εξοπλισμό τηλεοπτικού studio και οπτικοακουστικών παραγωγών. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	
	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :
<ul style="list-style-type: none"> • Κάμερα Φως και Εικόνα στην Ψηφιακή Οπτικοακουστική Καταγραφή, Σκοπετέας Ιωάννης Λεπτομέρειες • Adobe Premiere Pro CS6 Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team, Εκδόσεις Γκιούρδας • ΕΦΟΔΙΟ ΓΙΑ ΝΕΟΥΣ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡΙΣΤΕΣ, ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΚΑΡΑΚΑΣΗΣ, ΧΡΗΣΤΟΣ ΓΟΥΣΙΟΣ, ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΕΦΑΛΑΣ, Ηλεκτρονικό Βιβλίο, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος"

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4215	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επικοινωνία και Λογοτεχνία		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		

ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών/τριών στις επικοινωνιακές τεχνικές που αναπτύσσονται στο τρίπτυχο που συνθέτει το λογοτεχνικό κείμενο, ο συγγραφέας και το κοινό του
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> Άσκηση κριτικής Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Περιπτωσιολογικές Μελέτες Επικοινωνιακής Διάστασης Λογοτεχνικών Κειμένων
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων των δημοσίων σχέσεων σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> Σημειώσεις Καθηγητή Λογοτεχνικά Κείμενα
--

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4225	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ II		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Συνολο	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική/Αγγλική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα αποτελεί συνέχεια του μαθήματος ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ. Το μάθημα εστιάζει στον εμπλουτισμό του λεξιλογίου των φοιτητών σχετικά με τους εξειδικευμένους όρους που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία και στο χώρο των επιχειρήσεων καθώς και στον τρόπο συγγραφής και παραγωγής κειμένων στην Αγγλική γλώσσα για διάφορους επικοινωνιακούς σκοπούς και για διάφορα κοινά. Επίσης, παρουσιάζονται αναλυτικές οδηγίες για τον τρόπο συγγραφής βιογραφικού σημειώματος στην Αγγλική γλώσσα.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Επιλέγουν τη χρήση της κατάλληλης ορολογίας, γραμματικής και στυλ συγγραφής για την παραγωγή διαφόρων ειδών επιχειρησιακών κειμένων. 2. Να ενσωματώνουν την κατάλληλη τεχνολογία για τη συγγραφή και παρουσίαση επικοινωνιακών μηνυμάτων γραμμένων στην Αγγλική γλώσσα. 3. Να προετοιμάζουν εταιρικές επιστολές, εταιρικές αναφορές και δελτία τύπου στην Αγγλική γλώσσα. 4. Να οργανώσουν, να προετοιμάσουν και να υποστηρίξουν στην Αγγλική γλώσσα μια παρουσίαση με θέμα που άπτεται της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων. 5. Να δημιουργήσουν βιογραφικό σημείωμα στην Αγγλική με βασικό σκοπό την μετέπειτα προώθηση της καριέρας τους.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη εργασία • Εργασία σε διεθνές περιβάλλον • Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Γραμματική και δομή προτάσεων στα Αγγλικά (επίπεδο II).
- Εξειδικευμένη ορολογία στις δημόσιες σχέσεις, το μάρκετινγκ και το μάνατζμεντ (επίπεδο II).
- Τύποι επιχειρησιακής αλληλογραφίας και στάδια συγγραφής επιχειρησιακών μηνυμάτων στην Αγγλική γλώσσα.
- Στυλ συγγραφής επιχειρησιακών μηνυμάτων (ενημέρωση, πειθώ κ.λπ.) στην Αγγλική γλώσσα.
- Συγγραφή εταιρικών επιστολών στην Αγγλική γλώσσα.
- Συγγραφή εταιρικών αναφορών και προτάσεων (proposals) στην Αγγλική γλώσσα.
- Συγγραφή email.
- Προφορική επικοινωνία – Προετοιμασία παρουσιάσεων στην Αγγλική γλώσσα.
- Προετοιμασία ομιλιών.
- Οδηγίες συγγραφής βιογραφικού σημειώματος στην Αγγλική γλώσσα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης	18
	Εργασία	31
	Αυτοτελής Μελέτη	37
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125
	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none">- Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης- Ερωτήσεις Κατανόησης Κειμένου στην Αγγλική Γλώσσα- Ερωτήσεις Αντιστοίχισης- Ερωτήσεις Συμπλήρωσης Κενών- Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής II. Εργασία (40% ή 0%)

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Τόμπρου, Χ. (2002), *English for Academic and Professional Purposes*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Τσίογκα, Χ. και Χατζηστεργιάδου, Α. (2005), *Success at Work*, Μούργκος Ιωάννης, Θεσσαλονίκη.
- Roman, K. and Raphaelson, J. (2000), *Writing that Works: How to Communicate Effectively in Business*, Harper Collins Publishers Inc.
- Maggio, R. (2009), *Choice Words, Phrases, Sentences, and Paragraphs for Every Situation*, Prentice Hall Press.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Limaye, M. (1983), The Syntax of Persuasion: Two Business Letters of Request, *Journal of Business Communication*, Vol. 20, No. 2, pp. 17-30.
- Pearson, M. (1976), A Note on Business Replies to Consumer Letters of Praise and Complaint, *Journal of Business Research*, Vol. 20, No. 2, pp. 17-30.

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4235	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος αυτού είναι να εισάγει τον φοιτητή στις τεχνολογίες βάσεων δεδομένων και συγκεκριμένα στις βασικές έννοιες σχετικά με τις Βάσεις Δεδομένων την αρχιτεκτονική και ανεξαρτησία δεδομένων, το μοντέλο Οντοτήτων-Συσχετίσεων, σχεσιακή άλγεβρα και γλώσσα ερωτο-αποκρίσεων SQL . Θα γίνει επίσης αναφορά στις τεχνολογίες σχεσιακών βάσεων δεδομένων που υπάρχουν σήμερα (Oracle, SQL Server, MySQL κτλ), σε μη-σχεσιακές βάσεις δεδομένων (No-SQL, αντικειμενοστραφής βάσεις δεδομένων) καθώς και σε τεχνικές ανάλυσης δεδομένων και εξόρυξης γνώσης. Στο εργαστηριακό σκέλος του μαθήματος οι φοιτητές θα αποκτήσουν πρακτικές γνώσεις πάνω στην διαχείριση βάσεων δεδομένων και στην ανάκτηση δεδομένων με την χρήση της γλώσσας ερωταποκρίσεων SQL.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Να γνωρίζει και να είναι σε θέση να να κατηγοριοποιεί και να αξιολογεί τις διάφορες τεχνολογίες βάσεων δεδομένων. 2. Να κατανοεί και να αξιολογεί τις κατάλληλες τεχνολογίες βάσεων δεδομένων ανάλογα με το επιθυμητό πεδίο εφαρμογής (διαφορετικά πληροφοριακά συστήματα, διαδικτυακές εφαρμογές και εφαρμογές κινητών συσκευών). 3. Να κρίνει, και να επιλέγει τις κατάλληλες τεχνολογίες για την αποθήκευση και διαχείριση διαφορετικών δεδομένων . 4. Να σχεδιάζει Βάσεις Δεδομένων με διαγράμματα Οντοτήτων Συσχετίσεων 5. Να υλοποιεί Βάσεις Δεδομένων με επιλεγμένες Τεχνολογίες 6. Να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά την SQL για την διαχείριση βάσεων και ανάκτηση δεδομένων.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Δημιουργικότητα • Άσκηση κριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

Εισαγωγή στην θεωρία των βάσεων δεδομένων, Βασικές έννοιες, Αρχιτεκτονική και ανεξαρτησία δεδομένων.

- Βασικές αρχές σχεδιασμού βάσεων δεδομένων, Το μοντέλο Οντοτήτων-Συσχετίσεων.
- Σχεσιακό μοντέλο. Σχεσιακή άλγεβρα
- Υλοποίηση βάσεων δεδομένων με λογισμικά (Access, Oracle, MySQL). Διαχείριση βάσεων δεδομένων με την χρήση του οπτικού περιβάλλοντος των λογισμικών.
- Η γλώσσα ερωταποκρίσεων SQL. Διαχείριση βάσεων δεδομένων με την SQL. Δημιουργία και ενημέρωση δομής, Ανάκτηση δεδομένων, Ενημέρωση, Διαγραφή κτλ.
- Μη σχεσιακές βάσεις δεδομένων (αντικειμενοστραφής, NoSQL)
- Ανάλυση δεδομένων και εξόρυξη γνώσης από δεδομένα. Αναφορά σε Τεχνικές εξόρυξης γνώσης (data mining techniques).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά γραφείου επεξεργασίας ήχου και βίντεο και με εξοπλισμό τηλεοπτικού studio και οπτικοακουστικών παραγωγών. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :**

- Εισαγωγή στις βάσεις δεδομένων, ΤΑΜΠΑΚΑΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ, 2017, Εκδόσεις GOTSIS
- Εισαγωγή στις βάσεις δεδομένων, Χριστοδουλάκης, Δημήτρης, Ξένος, Μιχάλης, , Εκδόσεις Παπασωτηρίου
- Βάσεις Δεδομένων και SQL, Μια πρακτική προσέγγιση, Σταυρακούδης Αθανάσιος, 2015, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Βάσεις δεδομένων, Σύγχρονη διαχείριση, 11 Έκδοση, Jeffrey Hoffer, V. Ramesh, Heiki Tori, Εκδόσεις Τζιόλα
- Stephens, Ryan, Plew, Ron, Learn SQL in 24 hours, Εκδόσεις Γκιούρδας

ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ**ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ****1. ΓΕΝΙΚΑ**

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4245	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ευρωπαϊκή Ένωση, θεσμικά όργανα και πολιτικές		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι (στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι στο να μεταδώσει στο φοιτητή:

- την έννοια, την εξέλιξη και τα επιτεύγματα της ευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης. Τις προϋποθέσεις, τις κατευθύνσεις και τις τάσεις ανάπτυξης της ΕΕ από 1946 έως σήμερα.
- τον ρόλο και την θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) στην παγκόσμια οικονομία και την πολιτική, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης των οικονομικών συναλλαγών και του παγκόσμιου ανταγωνισμού των ηγετικών οικονομικών κέντρων.
- τους μηχανισμούς και τις διαδικασίες ρύθμισης της εσωτερικής αγοράς και της κοινής εξωτερικής εμπορικής πολιτικής, καθώς και το επίπεδο εμπάθυνας και τις προοπτικές διεύρυνσης της ΕΕ.
- Τα υπερεθνικά θεσμικά όργανα λήψης αποφάσεων της ΕΕ.
- Τις κοινές πολιτικές και δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

- το επίπεδο των εξωτερικών πολιτικών και οικονομικών σχέσεων της ΕΕ με όλες τις χώρες του κόσμου, τις περιοχές και τους διεθνείς οργανισμούς. .
- Την αναπτυξιακή βοήθεια και τις εξωτερικές δράσεις της ΕΕ στην δυτική και ανατολική Ευρώπη, την Μεσόγειο και τον υπόλοιπο κόσμο.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- έχει γνώση και να περιγράφει τις βασικές αρχές και έννοιες της διεθνούς και ευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης συγκρίνοντας την ΕΕ με άλλους περιφερειακούς οικονομικούς οργανισμούς.
- κατανοεί τις προϋποθέσεις, τις διαδικασίες, τις κατευθύνσεις εξέλιξης της ευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης και τα επιτεύγματα μετεξέλιξης σε διαφορετικά στάδια ολοκλήρωσης της ΕΕ (τελωνειακή ένωση, κοινή αγορά, ΟΝΕ, Πολιτική Ένωση).
- αναγνωρίζει και εξηγεί το διαρθρωτικό και υπερεθνικό σύστημα εξουσίας των οργάνων της ΕΕ σε κάθε ξεχωριστό στάδιο οικονομικής ολοκλήρωσης με διαφορετικά εργαλεία άσκησης οικονομικής πολιτικής.
- κατανοεί τις κοινές πολιτικές σύγκλισης και δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- αναλύει τις σύγχρονες τάσεις ανάπτυξης, τον ρόλο, την επιρροή και την θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην παγκόσμια οικονομία και το διεθνές εμπόριο. Διαφοροποιεί την θέση της ΕΕ και της Ελλάδας στην παγκόσμια οικονομία
- αναλύει τις σύγχρονες τάσεις ανάπτυξης της ευρωπαϊκής και παγκόσμιας οικονομίας και τις επιρροές της στις κοινωνικό-οικονομικές διαδικασίες της Ελλάδας
- αναλύει την ρύθμιση, τους μηχανισμούς και τις διαδικασίες υλοποίησης των ενδοκοινοτικών και εξωτερικών εμπορικών συναλλαγών, τις μορφές συνεργασίας της ΕΕ κατά γεωγραφική περιοχή και χώρα.
- αναλύει τις βασικές κατευθύνσεις και μορφές των εξωτερικών εμπορικών σχέσεων της ΕΕ με διεθνούς οικονομικούς οργανισμούς, περιοχές και χώρες (ΕΖΕΣ, Βαλκανικές χώρες, χώρες ΑΚΕ, ΟΣΕΠ κλπ), αλλά και την αναπτυξιακή βοήθεια προς τις αναπτυσσόμενες χώρες.
- αξιολογεί το επίπεδο εμβάθυνσης και τις προοπτικές διεύρυνσης της ΕΕ. Κριτικά να συγκρίνει και να αξιολογεί τα οφέλη και προβλήματα εμβάθυνσης και διεύρυνσης της ΕΕ για την Ελλάδα και τις επιχειρήσεις.
- εξηγεί τις πολιτικές της ΕΕ στον ενεργειακό τομέα και προστασία του περιβάλλοντος.
- εξηγεί και να διαφοροποιεί την θέση και τον σημαντικό ρόλο της Ελλάδας στην ΕΕ.
- αξιολογεί και να συνθέτει τις προοπτικές οικονομικής ανάπτυξης της ΕΕ στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της αειφόρου παγκόσμιας ανάπτυξης.
- να αξιολογεί τις προοπτικές της πολιτικής ένωσης και της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής σκέψης
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

1. Σκοποί και προϋποθέσεις της περιφερειακής οικονομικής ολοκλήρωσης (ΠΟΟ). Συγκριτική ανάλυση περιφερειακών οικονομικών οργανισμών.
2. Η ευρωπαϊκή οικονομική ολοκλήρωση (ΕΟΟ) στην Δυτική και Ανατολική Ευρώπη μετά το 2ο παγκόσμιο πόλεμο. Ιδρυτικές συνθήκες και η δημιουργία της ΕΚΑΧ, της ΕΟΚ και της ΕΚΑΕ. Βασικά στάδια εξέλιξης και η επίτευξη στόχων στην ΕΕ από το 1950 έως σήμερα.
3. Η εμβάθυνση και η διεύρυνση της ΕΕ. Η οικονομική ισοδυναμία ΕΕ και ΗΠΑ. Η θέση της ΕΕ στην παγκόσμια οικονομία και η παγκόσμια οικονομική σταθερότητα.
4. Η τελωνειακή ένωση και η κοινή εμπορική πολιτική της ΕΕ. Η ολοκλήρωση της ενιαίας εσωτερικής αγοράς και οι ενδοκοινοτικές συναλλαγές.

5. Κοινοτικά υπερεθνικά όργανα και θεσμοί. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και η διαφοροποιημένη ΕΟΟ. Οι κοινές πολιτικές (Αποκλειστική, συντρέχουσα και βοηθητική) και δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η σύγκλιση των οικονομιών των χ-μ της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ). Πολιτικές σύγκλισης και δράσεις της ισόρροπης και βιώσιμης ανάπτυξης του ευρωπαϊκού κοινοτικού χώρου. Η θέση και ρόλος της ΕΕ στο παγκόσμιο και περιφερειακό εμπόριο.

7. Οι εξωτερικές οικονομικές σχέσεις της ΕΕ. Η συμμετοχή της ΕΕ στο σύστημα των διεθνών οικονομικών οργανισμών. ΕΕ και οι πολυμερείς εμπορικές συμφωνίες (ΠΟΕ).

8. Διεθνείς διμερείς συμφωνίες της ΕΕ και το καθεστώς σύνδεσης με τρίτες χώρες. Διμερείς σχέσεις της ΕΕ με περιφερειακούς οικονομικούς οργανισμούς.

9. Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος (ΕΟΧ) και οι εμπορικές σχέσεις με τις χώρες της ΕΖΕΣ. Εμπορικές σχέσεις της ΕΕ με τα ΗΠΑ, Ιαπωνία, Καναδά, Αυστραλία, Ν. Ζηλανδία, την Κίνα και τις υπόλοιπες ασιατικές χώρες.

10. Εμπορικές σχέσεις της ΕΕ με τις χώρες της Μεσογείου, των Βαλκανίων, της ΟΣΕΠ και της ΚΑΚ. Εμπορικές σχέσεις της ΕΕ με τις χώρες της Λατινικής Αμερικής και τις χώρες ΑΚΕ. Η σύνδεση των υπερπόντιων και χωρών και εδαφών.

11. Η διεθνής ενεργειακή συνεργασία και πολιτική της ΕΕ. Η αναπτυξιακή πολιτική της ΕΕ και η προστασία του περιβάλλοντος. Παγκοσμιοποίηση και η συμμετοχή ΕΕ στην αντιμετώπιση των παγκοσμίων προβλημάτων.

12. Κόστος και οφέλη των διευρύνσεων της ΕΕ. Προϋποθέσεις και διαδικασίες ένταξης μίας χώρας στην ΕΕ. Υποψήφιες χώρες και προοπτικές ένταξης νέων κ-μ στην ΕΕ. Η θέση και ο ρόλος της Ελλάδας στην διευρυμένη Ευρώπη. Η ΕΕ και η δημιουργία μιας πανευρωπαϊκής ζώνης ελεύθερου εμπορίου

13. Οι προοπτικές δημιουργίας της δημοσιονομικής ένωσης, της πολιτικής ένωσης και της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας. Η ΕΕ στον 21ο αιώνα: προβλήματα και προοπτικές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	20
	Εργασία	20
	Αυτοτελής Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Μούσης Ν (2018) , Ευρωπαϊκή Ένωση ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ Έκδοση: 16η.
- Μαραβέγιας Ν. (επιμ.) (2016) *Ευρωπαϊκή Ένωση. Δημιουργία, εξέλιξη προοπτικές.* Αθήνα: Κριτική.
- Φραγκονικολόπουλος Χ. (2017) Ευρωπαϊκή Ένωση: Η αναπόφευκτη πρόκληση της δημοκρατικής νομομοποίησης. Παλιές έννοιες και νέες προκλήσεις
- ΣΙΣΚΟΣ Ε., ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Αυτοέκδοση: 1η 2012
- ΚΟΤΙΟΣ ΑΓΓΕΛΟΣ, ΛΙΑΡΓΚΟΒΑΣ Γ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, ΚΟΡΡΕΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ (2010) «Η Οικονομική της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης» ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ

- Κεντρωτής Κυριάκος Δ. Υπεύθυνος Σειράς: Ντάλης Σωτήρης (2010). Εξωτερική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης και μεταρρυθμιστική συνθήκη. Ένας νέος "Προμηθέας Δεσμώτης"; Εκδότης: Παπαζήσης
- Μαραβέγιας Ναπολέων (Επιμελητής) Συλλογικό έργο (2008) Ελλάδα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Παρελθόν, παρόν, μέλλον.. Εκδότης : Θεμέλιο
- ΜΠΑΚΑΤΣΙΑΝΟΣ ΓΙΩΡΓΟΣ 2007 Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η Ελλάδα στο Νέο Παγκόσμιο Περιβάλλον Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΜΑΡΑΒΕΓΙΑΣ ΝΑΠΟΛΕΩΝ (ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ), ΤΣΙΝΙΣΙΖΕΛΗΣ ΜΙΧΑΛΗΣ (ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ) (2007) Νέα Ευρωπαϊκή Ένωση (Οργάνωση και Πολιτικές 50 Χρόνια) Εκδότης: ΘΕΜΕΛΙΟ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Ε.Π.Ε.
- Κεντρωτής Κυριάκος Δ. 2006 Θεωρήσεις και δράσεις των εξωτερικών σχέσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης Ταξιδεύοντας με οδηγό τον μικρό Πρίγκιπα Εκδότης: Παπαζήσης.
- ROSAMOND BEN (2006) Θεωρίες Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης Εκδότης: ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ
- ΒΕΡΧΟΦΣΤΑΝΤ ΓΚΙ (2006) Οι Ενωμένες Πολιτείες της Ευρώπης Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση και Ελλάδα Οικονομία, κοινωνία, πολιτικές. Συλλογικό έργο, επιμελητής : Σακελλαρόπουλος Θεόδωρος Δ., Μαραβέγιας Ναπολέων Ν. Εκδότης : Διόνικος Αθήνα 2006.
- ΧΙΟΥ-ΜΑΝΙΑΤΟΠΟΥΛΟΥ ΘΕΟΔΩΡΑ (2005) Ευρω-Μεσογειακή Συνεργασία 10 Χρόνια Μετά Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΜΑΡΔΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ (2005) Από την ΕΟΚ στην ΕΕ Εκδότης: ΙΩΑΝΝΗΣ Γ.ΜΑΡΚΟΥ & ΥΙΟΣ Ο.Ε.-ΕΚΔΟΣΕΙΣ "ΖΥΓΟΣ"
- ΠΑΝΑΓΟΥ –Κ. ΤΣΟΥΝΤΑ (2004) Παγκοσμιοποίηση, Ολοκλήρωση & Συνεργασία στην Σύγχρονη Διεθνή Κοινωνία. Τόμος 2: Οι βάσεις της Ευρωπαϊκής Οικοδόμησης
- Β. ΠΑΝΑΓΟΥ –Κ. ΤΣΟΥΝΤΑ (2002). Διακρατική και υπερεθνική συνεργασία. Το οικουμενικό και το ευρωπαϊκό πλαίσιο. Εκδόσεις Παπαζήση.
- ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ ΣΩΤΗΡΗΣ (2006) Εξελίξεις και Προοπτικές της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Ολοκλήρωσης Εκδότης: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ
- ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ ΧΡ.ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ (2003) Ευρωμεσογειακές Οικονομικές Σχέσεις Εκδότης: ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Οι Καταναλωτές και η Διεύρυνση της ΕΕ (Θεσσαλονίκη 14 & 15 Μαρτίου 2003) ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΟ Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ 2004
- ΧΡΥΣΟΧΟΟΥ Ν.ΔΗΜΗΤΡΗΣ (2003) Θεωρία της Ευρωπαϊκής Ενοποίησης Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΣΜΙΤ ΧΕΛΜΟΥΤ (2003) Η Αυτοδυναμία της Ευρώπης. Προοπτικές για τον 21ο Αιώνα Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΑΡΓΕΙΤΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ (2002) Παγκοσμιοποίηση ΟΝΕ και Οικονομική Προσαρμογή. Η Περίπτωση της Ελλάδας Εκδότης: ΤΥΠΩΘΗΤΩ-ΔΑΡΔΑΝΟΣ ΓΙΩΡΓΟΣ
- ΑΝΔΡΕΟΥ ΓΙΩΡΓΟΣ 2002 Συνοχή και Διαρθρωτική Πολιτική στην Ευρωπαϊκή Ένωση ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΣΙΔΙΑΝΣΚΙ ΔΟΥΣΑΝ (2002) Η Αναζήτηση μιας Πρωτότυπης Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΙΟΒΑΝΟΒΙΤΣ Ν.ΜΙΡΟΣΛΑΒ (2002) Διεθνής Οικονομική Ολοκλήρωση Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΛΕΚΚΑ Χ.ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (2000) Η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι Περιφερειακές Συνεργασίες στην Ευρώπη Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ

- ΚΑΥΚΑΛΑΣ ΓΡΗΓ.,ΑΝΔΡΙΚΟΠΟΥΛΟΥ Ε (2000) Νέος Ευρωπαϊκός Χώρος-Η Διεύρυνση και η Γεωγραφία Εκδότης: ΘΕΜΕΛΙΟ
- ΠΑΠΑΣΤΑΜΚΟΣ Κ.ΓΕΩΡΓΙΟΣ 2000 Κοινοτικός Οικονομικός Χώρος. Ευρωπαϊκές Πολιτικές Εκδότης: ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ.Ν.ΑΝΤΩΝΗΣ.
- ΣΤΕΦΑΝΟΥ Κ. (1999) Ευρωπαϊκή Ολοκλήρωση, τ.Γ Εκδότης: ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ.Ν.ΑΝΤΩΝΗΣ.
- ΤΣΟΥΚΑΛΗΣ ΛΟΥΚΑΣ 1998 Νέα Ευρωπαϊκή Οικονομία Στο Κατώφλι Του 21ου Αιώνα Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΜΟΝΤΙ ΜΑΡΙΟ (1998) Ενιαία Αγορά Και Αυριανή Ευρώπη Εκδότης: ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΕΒΕ
- ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ ΣΩΤΗΡΗΣ (1997) Ευρωπαϊκή Οικονομική Ολοκλήρωση Εκδότης: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ
- ΧΥΤΗΡΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ (1993) Οικονομικά της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Εκδότης: ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΣ
- ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ, ΧΡΗΣΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ (1992) Μαθήματα Θεωρίας της Οικονομικής Ενοποίησης Εκδότης: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ

ΚΙΝΗΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΥΤΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4255	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κινητά Ψηφιακά Μέσα και Διάχυτος Υπολογισμός		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	
Συνολο		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι (στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Αντικείμενο του μαθήματος αποτελούν οι ασύρματες τεχνολογίες και οι κινητες συσκευές οι οποίες δημιουργούν ένα σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον για επικοινωνία και ανάπτυξη εφαρμογών πολυμέσων.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Αναλύει και αξιολογεί τις δυνατότητες των κινητών μέσων και του διάχυτου υπολογισμού
- Να συγκρίνει και αξιολογεί τις σύγχρονες τεχνολογίες (υλικό και λογισμικό) που χρησιμοποιούνται στον διάχυτο υπολογισμό και τα κινητά ψηφιακά μέσα
 - Να αξιοποιεί τα διαθέσιμα εργαλεία ανάπτυξης κινητών εφαρμογών για να σχεδιάζει εφαρμογές για κινητά ψηφιακά μέσα

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής σκέψης
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ασύρματες Τεχνολογίες
- Αρχες Λειτουργίας Δικτύων Κινητής Τηλεφωνίας
- Εργαλεία Ανάπτυξης Κινητών Εφαρμογών
- Ανάπτυξη εφαρμογών ιστού για κινητές συσκευές
- Υπηρεσίες και Εφαρμογές με χρήση της Επίγνωσης Θέσης
- Κινητό Επιχειρείν (m-Commerce)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	20
	Εργασία	20
	Αυτοτελής Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Δ. Γαβαλάς, Β. Κασαπάκης, Θ. Χατζηδημήτρης (2015). *Κινητές Τεχνολογίες*, Εκδ. Νέων Τεχνολογιών, 2015.
- Α. Κανάτας, Φ. Κωνσταντίνου, Γ. Πάντος (2008). *Συστήματα Κινητών Επικοινωνιών*, Παπασωτηρίου.
- L. Thomson, S. Conder (2011), *Ανάπτυξη Εφαρμογών με το Android*, Εκδόσεις Γκιούρδα.

ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

6. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4265	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

7. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Στις θεματικές ενότητες του μαθήματος αναλύονται οι αλλαγές που επήλθαν με την 3^η βιομηχανική επανάσταση αλλά και εκείνες που αναμένονται με την έλευση της 4^{ης} βιομηχανικής επανάστασης, στην έννοια της κοινωνίας και της πολιτικής. Αρχικά πραγματοποιείται μια συγκριτική ανάλυση των θεωρητικών προσεγγίσεων και των επιχειρημάτων αναφορικά με τον ρόλο του διαδικτύου στο χώρο της κοινωνίας και της πολιτικής και στη συνέχεια αναλύονται οι προσδοκίες που δημιουργεί η ψηφιακή επανάσταση στα πεδία αυτά. Στη συνέχεια αναλύονται οι απαιτούμενες γνώσεις, στάσεις και δεξιότητες ψηφιακής πολιτεότητας και ο ρόλος του Web2.0 στη λήψη αποφάσεων για την (συμ)παραγωγή δημόσιων πολιτικών. Τέλος, αναλύονται ειδικά θέματα της Κοινωνίας της Πληροφορίας, όπως οι έξυπνες πόλεις και τα έξυπνα χωριά.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της Κοινωνίας της Πληροφορίας • Αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά της ψηφιακής πολιτεότητας • Προσεγγίζουν κριτικά τα διάφορα ζητήματα ανάπτυξης ψηφιακής πολιτεότητας • Αναλύουν και να κρίνουν τις επιπτώσεις των ψηφιακών μορφών πολιτικής στη σύγχρονη κοινωνία. • Διακρίνουν και να αναλύουν τις διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις αναφορικά με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στη κοινωνία • Προσεγγίζουν κριτικά διάφορα κοινωνικά και θεσμικά ζητήματα στην ανάπτυξη ευφυών πολιτειών, πόλεων και χωριών
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Εργασία σε ομάδες - Λήψη αποφάσεων - Άσκηση κριτικής - Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών

8. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή και το αντίκτυπο που είχε στον χώρο της Κοινωνίας
- Οι διαφορετικές απόψεις και προσδοκίες για το διαδίκτυο αναφορικά με την «πολιτική χρήση» του και τη δυνατότητα να συνεισφέρει στην Κοινωνία
- Η Κοινωνία της Πληροφορίας από το Web1.0 στο Web2.0
- Διαμόρφωση πολιτικών στην εποχή της 3^{ης} και 4^{ης} βιομηχανικής επανάστασης
- Έξυπνη πολιτεία, Ευφυής πόλη, Ευφύες χωριό.
- Περιπτώσιολογικές μελέτες της Κοινωνίας της Πληροφορίας

9. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Χρήση προβολής διαφανειών	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης	13
	Υποχρεωτική ομαδική εργασία	29
	Αυτοτελής Μελέτη	42
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει ερωτήσεις ανοιχτής απάντησης II. Παρουσίαση ομαδικής εργασίας (30%)	

10. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Anagnostopoulou, D. (2017). The Digital Agenda of the European Union and the Digital Policies of the USA. In: Zacher L. (eds) Technology, Society and Sustainability. Springer, Cham.
- Butsch, R. (ed) (2008). *Media and Public spheres*. Palgrave, Macmillan: Houndsmills.
- Czamanski, D. & broitman, D. (2017). Information and communication technology and the spatial evolution of mature cities. *Socio-Economic Planning Sciences*, 58: 30-38

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4275	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ – ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Συνολο	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει στους φοιτητές τις βασικές έννοιες που αφορούν τη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Οι φοιτητές μέσω του μαθήματος κατανοούν τις διαδικασίες αναζήτησης, επιλογής, αγοράς, κατανάλωσης και αξιολόγησης των προϊόντων-υπηρεσιών στις οποίες προβαίνει και εμπλέκεται ο καταναλωτής τόσο στο φυσικό όσο και στο ηλεκτρονικό περιβάλλον. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων. Οι φοιτητές παράλληλα κατανοούν τις διάφορες θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις για σημαντικές έννοιες της συμπεριφοράς του καταναλωτή όπως ανάμιξη, στάση, ικανοποίηση, προσήλωση, εμπλοκή, εμπειρία του καταναλωτή κ.λπ. Μέσω του μαθήματος θα δοθούν απαντήσεις μεταξύ άλλων σε ερωτήματα όπως:

- Ποιες είναι οι διαφορές των καταναλωτών μεταξύ συναλλαγών που λαμβάνουν χώρα σε συμβατικά ή Διαδικτυακά περιβάλλοντα ως προς τη διαδικασία λήψης απόφασης;
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά και οι ομάδες των ηλεκτρονικών καταναλωτών;
- Ποια είναι τα βασικά κίνητρα που οδηγούν τους χρήστες του Διαδικτύου στο να μετατραπούν σε Διαδικτυακούς αγοραστές;
- Πως η ατμόσφαιρα και τα χαρακτηριστικά ενός ηλεκτρονικού καταστήματος επηρεάζουν τους χρήστες του;

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Διακρίνουν τα διάφορα συλλήψης αγοραστικών αποφάσεων των καταναλωτών.
- Αναγνωρίσουν και να συζητούν την επίδραση των νέων τεχνολογιών στη συμπεριφορά του καταναλωτή.
- Να αναλύουν τις βασικές διαστάσεις που συνθέτουν σημαντικές έννοιες της συμπεριφοράς του καταναλωτή όπως στάσεις, εμπειρία πελάτη, εμπλοκή καταναλωτή (engagement), κ.λπ.
- Να συγκρίνουν τα στάδια της διαδικασίας λήψης αγοραστικών αποφάσεων ανάμεσα σε φυσικά και διαδικτυακά περιβάλλοντα.
- Προβλέπουν την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών βάσει των χαρακτηριστικών τους (π.χ. δημογραφικών – ψυχογραφικών) αλλά και της χρήσης των μέσων επικοινωνίας (συμβατικά και νέα).
- Ερμηνεύουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών μέσω των κινήτρων, της εμπειρίας, των στάσεων και των αλληλεπιδράσεων τους σε εικονικές κοινότητες επώνυμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών.
- Λήψη αποφάσεων
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Βασικά υποδείγματα της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- Διαδικασία λήψης αγοραστικής απόφασης σε συμβατικά και Διαδικτυακά περιβάλλοντα.
- Διαδικασίες αντίληψης και μάθησης του καταναλωτή
- Στάσεις, ανάμιξη, ικανοποίηση, προσήλωση, εμπλοκή και εμπειρία του καταναλωτή.
- Ο ρόλος των χαρακτηριστικών του καταναλωτή (γεωγραφικά, δημογραφικά, ψυχογραφικά, συμπεριφορικά) στην αγοραστική διαδικασία.
- Μέθοδοι έρευνας της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- Προφίλ και Lifestyles καταναλωτών – χρηστών του διαδικτύου.
- Εικόνα καταστημάτων - Ατμόσφαιρα
- Εικονικές κοινότητες ενδιαφέροντος και επωνυμίας προϊόντος – υπηρεσιών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Προετοιμασία, Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες ή και ατομικά	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της συμπεριφοράς του καταναλωτή/χρήστη διαδικτύου σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Σιώμκος, Γ. (2018), Συμπεριφορά Καταναλωτή, Broken Hill Publishers Ltd., Λευκωσία.

- Solomon, M. (2018), *Συμπεριφορά Καταναλωτή*, Εκδόσεις Α Τζιόλα κ Υιοί ΑΕ.
- Tuten, T. and Solomon, M. (2016), *Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*, Δίαυλος ΑΕ Εκδόσεις Βιβλίων.
- Chaffey, D. (2016), *Ψηφιακές Επιχειρήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική, Υλοποίηση, και Εφαρμογή*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος ΕΠΕ.
- Solomon, M (2017), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Pearson.
- Dimofte, C., Haugtvedt, C., Yalch, R. (2016), *Consumer Psychology in a Social Media World*, Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Haridasan, A. C., & Fernando, A. G. (2018). *Online or in-store: unravelling consumer's channel choice motives*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 215-230.
- Sung, Y., Kim, E., & Choi, S. M. (2018). *# Me and brands: understanding brand-selfie posters on social media*. *International Journal of Advertising*, 37(1), 14-28.
- Gong, T. (2018). *Customer brand engagement behavior in online brand communities*. *Journal of Services Marketing*, 32(3), 286-299.
- Helal, G., Ozuem, W., & Lancaster, G. (2018). *Social media brand perceptions of millennials*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(10), 977-998.
- Triantafyllidou, A., & Siomkos, G. (2018). *The impact of Facebook experience on consumers' behavioral Brand engagement*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 164-192.
- Triantafyllidou, A., Siomkos, G., & Papafilippaki, E. (2017). *The effects of retail store characteristics on in-store leisure shopping experience*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(10), 1034-1060.
- Triantafyllidou, A. and Siomkos, G. (2014), "Consumption Experience Outcomes: Satisfaction, Nostalgia Intensity, Word-of-Mouth Communication, and Behavioural Intentions", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31, No. 6/7, pp. 526-540.
- Richard, M. O., & Habibi, M. R. (2016). *Advanced modeling of online consumer behavior: The moderating roles of hedonism and culture*. *Journal of Business Research*, 69(3), 1103-1119.
- Thaichon, P. (2017). *Consumer socialization process: The role of age in children's online shopping behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 38-47.
- Ettis, S. A. (2017). *Examining the relationships between online store atmospheric color, flow experience and consumer behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37, 43-55.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. *Harvard business review*, 76, 97-105.
- Mandel, N., Rucker, D. D., Levav, J., & Galinsky, A. D. (2017). *The compensatory consumer behavior model: How self-discrepancies drive consumer behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 27(1), 133-146.
- Sudbury-Riley, L., & Kohlbacher, F. (2016). *Ethically minded consumer behavior: Scale review, development, and validation*. *Journal of Business Research*, 69(8), 2697-2710.
- Sandell, K. (2019). *Olfactory cues and purchase behavior: consumer characteristics as moderators*. *European Journal of Marketing*.

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 4285	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ	
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		2	
Εργαστήρια		2	
Σύνολο		4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στις τεχνολογίες και τα λογισμικά επιτραπέζιας τυπογραφίας, στις τεχνικές εκτύπωσης και στις αρχές του σχεδιασμού έντυπων μέσων.</p> <p>Σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές ολοκληρωμένες γνώσεις άλλα και κριτική ματιά στις τεχνικές σχεδίασης και παραγωγής επιτραπέζιας τυπογραφίας.</p> <p>Οι φοιτητές θα εξοικειωθούν με τις διαδικασίες για την δημιουργία έντυπων εκδόσεων και θα χρησιμοποιήσουν σύγχρονα λογισμικά έντυπης τυπογραφίας για να συνδυάσουν κείμενο και γραφικά για την παραγωγή έντυπων μέσων για επικοινωνία όπως ενημερωτικά δελτία, μπροσούρες, αφίσες, βιβλία, λογότυπα κτλ.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Να κατανοεί τις τεχνολογίες (υλικό, λογισμικό) έντυπης τυπογραφίας και τις βασικές αρχές λειτουργίας τους. 2. Να κατανοεί και να εφαρμόζει τις αρχές σχεδιασμού έντυπων μέσων και της θεωρίας χρωμάτων. 3. Να κατέχει τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες σε λογισμικά σχεδίασης έντυπης τυπογραφίας ώστε να είναι σε θέση να παράγει έντυπες εκδόσεις για επικοινωνιακούς σκοπούς. 4. Να συνδυάζει αποτελεσματικά και δημιουργικά τα δομικά στοιχεία των λογισμικών έντυπης τυπογραφίας (γραφικά, χρώματα κτλ) για την παραγωγή έντυπων εκδόσεων για την επικοινωνία. 5. Να συνδυάζει αποτελεσματικά γραφικά παραγόμενα από διαφορετικά λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών, σχεδίασης και επεξεργασίας εικόνων (που έχουν διδαχθεί σε προηγούμενα έτη) για την παραγωγή έντυπων εκδόσεων. 6. Να συγκρίνει και να αξιολογεί έντυπες εκδόσεις ως προς την σχεδίαση, την αισθητική και την καταλληλότητα για μεταφορά μηνύματος σε διαφορετικές ομάδες-στόχους. 7. Να κρίνει και να επιλέγει τις κατάλληλες τεχνολογίες έντυπης τυπογραφίας για την παραγωγή των βέλτιστων αποτελεσμάτων. 8. Να προσαρμόζεται στις τεχνολογικές εξελίξεις αλλά και σχεδιαστικές τάσεις της έντυπης τυπογραφίας.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία

- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική εξέλιξη των τεχνολογιών της έντυπης τυπογραφίας
- Τεχνολογίες σχεδίασης και παραγωγής επιτραπέζια τυπογραφίας
- Βασικές αρχές σχεδίασης έντυπων εκδόσεων
- Τα δομικά στοιχεία σύγχρονων λογισμικών πακέτων και ο συνδυασμός τους για δημιουργικές εκδόσεις.
- Προετοιμασία εικόνων για βέλτιστη εκτύπωση σε διάφορα μέσα (π.χ αφίσες, newsletter κτλ)
- Σχεδίαση και παραγωγή έντυπων μέσων για επικοινωνιακούς σκοπούς όπως ενημερωτικά δελτία, μπροσούρες, αφίσες κτλ με την χρήση πακέτων λογισμικών σχεδίασης έντυπης τυπογραφίας

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά έντυπης τυπογραφίας (Desktop Publishing) Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Adobe InDesign CC Βήμα προς Βήμα Έκδοση 2019, Εκδόσεις Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ
- Adobe InDesign Interactive Digital Publishing, Ted Padova, 2017, Εκδόσεις Apress, HEAL-Link Springer ebooks
- Beginning Scribus [electronic resource], Robert White, 2015, Εκδόσεις Apress, HEAL-Link Springer ebooks

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ**ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ****1. ΓΕΝΙΚΑ**

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΜΨ 4295	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Το αντικείμενο μελέτης του μαθήματος είναι η κοινωνική συμπεριφορά. Πιο συγκεκριμένα, η Κοινωνική Ψυχολογία εξετάζει τις πράξεις, τις σκέψεις και τα συναισθήματα των ατόμων όπως αυτά διαμορφώνονται στο πλαίσιο των διαπροσωπικών τους σχέσεων επικοινωνίας και ως αποτέλεσμα της συμμετοχής τους σε ευρύτερες κοινωνικές ομάδες. Εξετάζει το ρόλο της κοινωνικής επιρροής, τις επιδράσεις του ευρύτερου πολιτισμικού πλαισίου στο οποίο βρίσκονται τα άτομα και την αλληλεπίδραση αυτών των παραγόντων με τις εγγενείς τους ικανότητες και προδιαθέσεις. Το μάθημα αυτό παρουσιάζει μια επισκόπηση των σημαντικότερων ζητημάτων που απασχολούν τις κοινωνιο-ψυχολογικές θεωρίες και έρευνες.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/ριες θα πρέπει να:

- Να εξοικειωθούν με τη συμπεριφορά των ατόμων στο κοινωνικό σύνολο.
- Να εστιάσουν σε θεωρητικές προσεγγίσεις που εξηγούν τη συμπεριφορά του ατόμου ως καταναλωτή.
- Να ενσωματώσουν τις προεκτάσεις των θεωρητικών προσεγγίσεων για τις κοινωνικές σχέσεις και επιρροές στο περιβάλλον της αλληλεπίδρασης των ατόμων με τη χρήση των νέων μέσων.
- Να συγκρίνουν τις διάφορες μορφές ηγεσίας και να αποφασίζουν για την καταλληλότητά τους

σε διαφορετικά εργασιακά περιβάλλοντα. • Οι θεωρίες των στάσεων να αποτελέσουν γνώμονα ερμηνείας των ποσοτικών δεδομένων κοινωνικών ερευνών.
Γενικές Ικανότητες
- Άσκηση Κριτικής και Αυτοκριτικής - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης - Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυ-πολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:
<ul style="list-style-type: none"> - Τα κίνητρα και οι συνέπειες των κοινωνικών σχέσεων - Η θεωρία της απόδοσης - Κοινωνικά σχήματα - Η δομή, λειτουργία και διαμόρφωση των στάσεων. - Κοινωνική Επιρροή - Κοινωνικές ομάδες, ηγεσία και λήψη αποφάσεων - Λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία - Κουλτούρα - Στερεότυπα και προκατάληψη

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	86
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης 	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΣΕΡΔΑΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ (2014) Κοινωνική ψυχολογία. Παρελθόν, παρόν, μέλλον, University Studio Press • Hogg, M., and Vaughan, G.M. (2010), Κοινωνική Ψυχολογία, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα. • Hewstone, M. and Stroebe, W. (2007), Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα. • Κοκκινάκη, Φ. (2005), Κοινωνική Ψυχολογία, Γ. Δαρδάνος – Κ. Δαρδάνος Εκδόσεις, Αθήνα. • Marchand, P., Burguet, M.-P., Fourquet-Courbet, A., Ginet, F. G., and van Dijk, J.P. (2009), Κοινωνική Ψυχολογία των ΜΜΕ, Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα. • Μποζατζής Ν. (2009), Κοινωνική Ψυχολογία, Μεταίχιμο Εκδοτική, Αθήνα (Επιμέλεια: Δραγώνα, Θ.) • Παπαστάμου, Σ. Σ. Αντωνίου, Σ., Κατερέλος, Ι.Δ., Μαντόγλου, Α., Προδρομίτης, Γ., Ρήγα, Α. - Β., Σακαλάκη, Μ. (2008), Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία (Τόμος Α), Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα. • Μαρβάκης Α. και Μεντίνης Μ. (2011), Κριτική εισαγωγή στην κοινωνική ψυχολογία, Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα. • Elliot, A., Wilson, T., and Akert, R. (1999), Social Psychology, Longman, New York. <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</p>
--

- *Bohner, G., & Dickel, N. (2011), Attitudes and Attitude Change, Annual Review of Psychology, Vol. 62, pp. 391-417.*
- *Wood, W., & Hayes, T. (2012), Social Influence on Consumer Decisions: Motives, Modes, And Consequences, Journal of Consumer Psychology, Vol. 22, No. 3, pp. 324-328.*
- *Koenig, A. M., Eagly, A. H., Mitchell, A. A., & Ristikari, T. (2011). Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis Of Three Research Paradigms, Psychological Bulletin, Vol. 137, No. 4, pp. 616.*

Γ5. Μαθήματα 5ου Εξαμήνου

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ II

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5115	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ II		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστηριακές Ασκήσεις	2	
	Σύνολο	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ I		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Οι δημοσκοπήσεις αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο τόσο για τους επικοινωνιολόγους όσο και για τα στελέχη δημοσίων σχέσεων καθώς οδηγούν στην αποτελεσματικότερη λήψη αποφάσεων αλλά και στην κατανόηση του κοινού και του περιβάλλοντος. Σκοπός του μαθήματος είναι να εξοικειώσει τους φοιτητές με τα βασικά στάδια διεξαγωγής μιας ποσοτικής έρευνας και συγκεκριμένα μιας δημοσκόπησης. Στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίσουν τον τρόπο αξιολόγησης μιας δημοσκόπησης ενώ παράλληλα θα αποκτήσουν την τεχνογνωσία για την διεξαγωγή μιας δημοσκόπησης μέσω του καθορισμού των ερευνητικών στόχων, της επιλογής της κατάλληλης μεθόδου δειγματοληψίας, της στατιστικής ανάλυσης των αποτελεσμάτων και της προετοιμασίας της αναφοράς – παρουσίασης των αποτελεσμάτων της έρευνας. Σημαντικό μέρος του μαθήματος αφορά τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS για τη στατιστική ανάλυση πρωτογενών ποσοτικών δεδομένων.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

1. Αξιολογούν την αξιοπιστία μιας δημοσκόπησης και των αποτελεσμάτων της.
2. Αναλύουν και να συγκρίνουν τα αποτελέσματα παρόμοιων δημοσκοπήσεων τα οποία προβάλλονται μέσω των MME.
3. Σχεδιάζουν τη μεθοδολογία μιας ποσοτικής έρευνας θέτοντας τους κατάλληλους ερευνητικούς στόχους, διατυπώνοντας τις κατάλληλες ερευνητικές υποθέσεις και επιλέγοντας την κατάλληλη μέθοδο συλλογής δεδομένων (συμβατικές και διαδικτυακές) και δειγματοληψίας.
4. Αναπτύσσουν το κατάλληλο μεθοδολογικό εργαλείο (ερωτηματολόγιο) για τη διεξαγωγή μιας δημοσκόπησης.

5. Χρησιμοποιούν το στατιστικό πακέτο SPSS για να καταχωρούν, να επεξεργάζονται και να αναλύουν στατιστικά, πρωτογενή ποσοτικά δεδομένα.
6. Επιλέγουν το κατάλληλο στατιστικό τεστ προκειμένου να ελέγξουν διάφορες ερευνητικές υποθέσεις και ερευνητικούς στόχους.

Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Αυτόνομη εργασία
- Άσκηση Κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Λήψη Αποφάσεων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική αναδρομή των δημοσκοπήσεων στην Αμερική και την Ελλάδα
- Κώδικας δεοντολογίας των εταιρειών δημοσκοπήσεων
- Αξιολόγηση της αξιοπιστίας μιας δημοσκόπησης
- Στάδια Έρευνας, τύποι έρευνας και τεχνικές Έρευνας
- Σχεδιασμός ερωτηματολογίου και Προέλεγχος
- Διαδικτυακές ποσοτικές έρευνες
- Τύποι ερωτήσεων
- Διαδικασία δειγματοληψίας
- Έλεγχος υποθέσεων
- Εισαγωγή στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS: Καταχώρηση δεδομένων
- Περιγραφική στατιστική
- Έλεγχος ανεξαρτησίας
- Ανάλυση συσχέτισης
- T-test
- Ανάλυση διακύμανσης

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Χρήση του Προγράμματος SPSS (Social Package for Social Sciences)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	19
	Εργαστηριακές Ασκήσεις με τη χρήση του προγράμματος SPSS	26
	Προετοιμασία και Συγγραφή ατομικών ασκήσεων/εργασιών	24
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30

	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Project	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Εργαστηριακές Εργασίες - Επίλυση Προβλημάτων <p>II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (20% ή 0%)</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% ή 0%).</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Σιώμος, Γ. και Μαύρος, Δ. (2018), Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ, Broken Hill Publishers Ltd, Λευκωσία.
- Σταθακόπουλος, Β. (2017), Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, UNIBOOKS IKE.
- Συμεωνάκη, Μ. (2015), Στατιστική για Όλους με το SPSS, Εκδόσεις «Σοφία» Ανώνυμη Εκδοτική & Εμπορική Εταιρεία.
- Χαλικιάς, Μ. (2016), Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS Statistics, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα & Βοηθήματα.
- Φωλίνας, Δ. & Διαμαντόπουλος, Ε. (2017), Μεθοδολογία Έρευνας και Στατιστική: Ανάλυση με τη Χρήση Υπολογιστή, Ε & Δ Ανικούλα – Ι. Αλεξίκος ΟΕ.
- Βασιλειάδης, Γ., Καλογηράτου, Ζ., Μονοβασίλης, Θ. (2017), Εισαγωγή στη Στατιστική με Εφαρμογές SPSS κ EXCEL, Φωτογιουνοκ Μονοπρόσωπη ΕΠΕ.
- Norris, G., Quresti, F., Howitt, D., and Cramer, D. (2017), Εισαγωγή στη Στατιστική με το SPSS για τις Κοινωνικές Επιστήμες, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ.
- Ζαφειροπούλου, Κ. και Μυλωνάς, Ν. (2017), Στατιστική με SPSS, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.
- Berger, A. A. (2018). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.
- Burns, A., Veeck, A., Bush, R. (2017), Marketing Research (8th edition), Pearson Edition.
- Malhotra, N. (2009), *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Edition), Pearson Education.
- Janssens, W., de Pelshacker, P., van Kenhove, P., & Wijnen, K. (2008), *Marketing Research with SPSS*, Pearson Education.
- Brace, I. (2018). Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research. Kogan Page Publishers.
- Gawiser, S. and Witt, E. (2010), Twenty Questions a Journalist Should Ask About Poll Results, in Babbie, E. (Eds.), *The Practice of Social Research* (7th Edition), pp. 129-134.
- Sue, V. M., & Ritter, L. A. (2012). Conducting online surveys. Sage.
- Rubin, R. B., Rubin, A. M., Graham, E., Perse, E. M., & Seibold, D. (2010). Communication research measures II: A sourcebook. Routledge.
- Nardi, P. M. (2018). Doing survey research: A guide to quantitative methods. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Moy, P., & Murphy, J. (2016). Problems and prospects in survey research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 16-37.
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys: a look back and a look ahead. *Internet Research*, 28(4), 854-887.
- Schlosser, S., & Mays, A. (2018). Mobile and dirty: Does using mobile devices affect the data quality and the response process of online surveys?. *Social Science Computer Review*, 36(2), 212-230.

- Tourangeau, R., Sun, H., Yan, T., Maitland, A., Rivero, G., & Williams, D. (2018). Web surveys by smartphones and tablets: Effects on data quality. *Social Science Computer Review*, 36(5), 542-556.
- Sommer, J., Diederhofen, B., & Musch, J. (2017). Not to be considered harmful: Mobile-device users do not spoil data quality in web surveys. *Social Science Computer Review*, 35(3), 378-387.
- Shirani-Mehr, H., Rothschild, D., Goel, S., & Gelman, A. (2018). Disentangling bias and variance in election polls. *Journal of the American Statistical Association*, 113(522), 607-614.
- Kenett, R. S., Pfeffermann, D., & Steinberg, D. M. (2018). Election Polls—A Survey, A Critique, and Proposals. *Annual Review of Statistics and Its Application*, 5, 1-24.
- Giuliani, M. (2019). Making sense of pollsters' errors. An analysis of the 2014 second-order European election predictions. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 29(2), 162-178.
- Ha, L., Hu, X., Fang, L., Henize, S., Park, S., Stana, A., & Zhang, X. (2015). Use of survey research in top mass communication journals 2001–2010 and the total survey error paradigm. *Review of Communication*, 15(1), 39-59.
- Pasek, J. (2015). Predicting elections: Considering tools to pool the polls. *Public Opinion Quarterly*, 79(2), 594-619.
- Keeter, S., Hatley, N., Kennedy, C., & Lau, A. (2017). What low response rates mean for telephone surveys. *Pew Research Center*, 15, 1-39.

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Στη σύγχρονες δυτικές κοινωνίες, η συμβίωση στο κοινωνικό περιβάλλον προβάλλει αρκετές προκλήσεις σε σχέση με τη διαχείριση της ετερότητας. Οι άνθρωποι καλούνται να διαχειριστούν εθνοκεντρικές ιδεολογίες με τις οποίες 'γαλουχήθηκαν' γενιές και γενιές επί νεωτερικότητας και να

αποδεχθούν τη συνύπαρξη σ' ένα πιο διευρυμένο εθνοτικά, εθνικά, θρησκευτικά, πολιτισμικά, γλωσσικά, κοινωνικό περιβάλλον. Ιδιαίτερα για τον ευρωπαϊκό χώρο, σε αυτό συμβάλει και η αυξημένη μετανάστευση/κινητικότητα τόσο η ενδοευρωπαϊκή όσο και από τρίτες χώρες. Η διαπολιτισμική επικοινωνία και η κατανόηση της ετερότητας δεν είναι μια εύκολη υπόθεση καθώς ενίοτε οι πολιτισμικές, κι όχι μόνο, διαφορές είναι βαθιές και η γεφύρωση τους μια δύσκολη υπόθεση. Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τους/τις φοιτητές/τριες στις βασικές μορφές ετερότητας και να προσφέρει το απαραίτητο θεωρητικό υπόβαθρο προς τη κατεύθυνση της κατανόησής τους. Όψεις της διαπολιτισμικής επικοινωνίας παρουσιάζονται μέσα από εθνογραφικά παραδείγματα διαφορετικών μορφών ετερότητας.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές /τριες θα είναι σε θέση να:

- Να αποκτήσουν το απαραίτητο θεωρητικό υπόβαθρο ώστε να κατανοήσουν την ετερότητα σε όλες τις μορφές της.
- Να διαχειρίζονται επικοινωνιακά τις πολιτισμικές διαφορές στο εργασιακό και το κοινωνικό τους περιβάλλον..

Γενικές Ικανότητες

- Λήψη αποφάσεων
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην ετερότητα

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενότητες:

- Ετερότητα και Διαφορετικότητα
- Φυλή κι εθνοτικότητα
- Σύγχρονοι Εθνικισμοί και το φαινόμενο του Εθνικισμού
- Μειονότητες (εκούσιες/ακούσιες ή ιστορικές)
- Μετανάστευση και Κινητικότητα
- Μετανάστες και Πρόσφυγες
- Φύλο (κοινωνικό και βιολογικό)
- Αναπηρία και κοινωνικό μοντέλο
- Στερεότυπα και Ρατσισμός
- Ταυτότητες: ατομικές/συλλογικές
- Ταυτότητες: πολιτισμικές, κοινωνικές, πολιτικές
- Θεωρία της Διαπολιτισμικής Προσαρμογής.
- Ικανότητα Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας.
- Διαπολιτισμικές Σχέσεις.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτελής Μελέτη	86
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης 	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Μιχαήλ, Δ. (2015), *Έθνος, Εθνικισμός και Εθνική Συνείδηση*, Ιωάννης Αρχ. Χαπαρντίδης, Θεσσαλονίκη.
- Μιχαήλ, Δ. (2014). *Αλβανική Μετανάστευση στην Ελλάδα: Μελέτες και Ζητήματα*. Θεσσαλονίκη: Αντ. Σταμούλης, DOI: 10.13140/2.1.4402.3040
- Διβάνη, Λ. (2008), *Ελλάδα και Μειονότητες*, Αθανάσιος Καστανιώτης ΑΕΒΕΔΕ, Αθήνα.
- Βερνίκος, Ν. και Δασκαλόπουλος, Σ. (2002), *Πολύ-πολιτισμικότητα*, Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, Αθήνα
- Ανδρούσου, Α. και Ασκούνη, Ν. (2011), *Πολιτισμική Ετερότητα και Ανθρώπινα Δικαιώματα*, Μεταίχμιο Εκδοτική ΑΕ, Αθήνα.
- Παπαξιάρχης, Ε. (2006), *Περιπέτειες της Ετερότητας: Η Παραγωγή της Πολιτισμικής Διαφοράς στη Σημερινή Ελλάδα*, Αλεξάνδρεια, Αθήνα.
- Φραγγουδάκη, Α. &, Δραγώνα Θ. (1997). *Τι ειν' η πατρίδα μας;*» *Εθνοκεντρισμός στην Εκπαίδευση*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Taylor, C. (2000), *Πολύ-πολιτισμικότητα, Εξετάζοντας την Πολιτική της Αναγνώρισης*, Πόλις, Αθήνα.
- Kelly, P. (2002), *Multi-culturalism Reconsidered: Culture and Equality and Its Critics*, Polity Press, Cambridge.
- Laden, A. and Owen, D. (2007), *Multi-culturalism and Political Theory*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Kedourie E., (1999). *Ο Εθνικισμός* Αθήνα: Κατάρτι.
- Gellner E., (1997). *Εθνικισμός*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Μουζέλης Ν., (1994). *Ο Εθνικισμός στην Υστερη Ανάπτυξη*. Αθήνα: Θεμέλιο.
- Λέκκας Π. (1996). *Η Εθνικιστική Ιδεολογία*. Αθήνα: Κατάρτι.
- McCrone D., (1998). *Η Κοινωνιολογία του Εθνικισμού*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Νάϊν Τ., (1998). *Εθνικισμός: Ο Σύγχρονος Ιανός*. Αθήνα: Στοχαστής.
- Χατζόπουλος Μ., 2002. Έθνος και Εθνικισμός: Συνοπτική επισκόπηση ενός Σύγχρονου Επιστημονικού Διαλόγου. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*. Εκδόσεις Θεμέλιο.
- Cowan J. (1998). *Ιδιώματα του Ανήκειν: Πολυγλωσσικές (Συν)αρθρώσεις της Τοπικής Ταυτότητας σε μια Ελληνική Κωμόπολη της Μακεδονίας*. Στο: Γκέφου-Μαδιανού Δήμητρα (επιμ.) *Ανθρωπολογική Θεωρία και Εθνογραφία*. Ελληνικά γράμματα, σσ. 583-618.
- Danforth L. (1999.) *Η Μακεδονική Διαμάχη: Ο Εθνικισμός σε έναν Υπερεθνικό Κόσμο*. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Μιχαήλ Δ. (2005). "Το Ζήτημα της Ταυτότητας των Πομάκων: Ιστορική και Ανθρωπολογική προσέγγιση" *Περί Θράκης, Επιστημονική Περιοδική Έκδοση*, Τέταρτος Τόμος, Ξάνθη.
- Μιχαήλ, Δ. (2010). Η στάση των Αλβανών Μεταναστών γονέων απέναντι στο Ελληνικό Νηπιαγωγείο: Ζητήματα ταυτότητας, γλώσσας και στρατηγικές ενσωμάτωσης. *Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 57: 219-238.
- Μιχαήλ, Δ. (2010). Γλωσσική διατήρηση/μετατόπιση στη δεύτερη γενιά Αλβανών μεταναστών στην Ελλάδα: κοινωνική ενσωμάτωση και κινητικότητα. *Εθνολογία*, 14: 207-224.
- Palaiologou, N., Michail, D., Toumpoulidis, I. (2017). *SIRIUS: "Multi-country Partnership to Enhance the Education of Refugee and Asylum-seeking Youth in Europe. Refugee Education in Greece"*, Report for Greece, Acronym: PERAE.
- Μιχαήλ, Δ. & Η. Μπαντέκας (2015). Μετανάστευση/κινητικότητα και η ιδιότητα του πολίτη: μια προσέγγιση μέσα από την ανθρωπολογία και το διεθνές δίκαιο. Στο Δ. Μιχαήλ & Α. Χρήστου (επιμ.), *Ενδο-Ευρωπαϊκή Νεανική Κινητικότητα/Μετανάστευση την Εποχή της Οικονομικής Κρίσης: Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις*. Θεσσαλονίκη: Αντ. Σταμούλης.
- Τάχου, Σ. & Μιχαήλ, Δ. (2010). Συγκρότηση ταυτοτήτων την εποχή του εθνικισμού: Η περίπτωση των Βλάχων της Πελαγονίας. *Πρακτικά Λ' Πανελληνίου Ιστορικού Συνεδρίου*, Θεσσαλονίκη, 2009.
- Anastasiou, D., Kauffman, J. & D. Michail (2014). Disability in Multicultural Theory: Conceptual and Social Justice Issues. *Journal of Disability Policy Studies*, 27(1):3-12. DOI: 10.1177/1044207314558595.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: Journal of Ethnic and Migration Studies (JEMS), Journal of Immigrant and Refugee Studies (JIRS), Journal of Southeast European and Black Sea Studies (JSEBSS), International Journal of Bilingual Education and Bilingualism (IJBE), Community Development: Journal of the Community Development, Children’s Geographies, Identities κ.ά.

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5134	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η μελέτη των αρχών και πρακτικών που λαμβάνουν χώρα στην δημιουργία ολοκληρωμένων διαδραστικών πολυμεσικών εφαρμογών εστιάζοντας στην χρήση των πολυμέσων ως εργαλείο επικοινωνίας.

Το μάθημα επαναλαμβάνει και εμβαθύνει στα δομικά στοιχεία των διαδραστικών πολυμεσικών εφαρμογών (ήχος, εικόνα, βίντεο κτλ), και στην συνέχεια επικεντρώνεται σε εργαλεία/λογισμικά που χρησιμοποιούνται στην ανάπτυξη διαδραστικών πολυμέσων (με εστίαση στην αξιοποίηση τους στον τομέα της επικοινωνίας) καθώς και τις διαδικασίες που ακολουθούνται για την ανάπτυξη.

Οι φοιτητές επίσης εμβαθύνουν σε μελέτες περιπτώσεων και δημιουργούν κατά την διάρκεια των εργαστηριακών ωρών διαδραστικές εφαρμογές πολυμέσων χρησιμοποιώντας κατάλληλα λογισμικά, εμπορικά και ανοιχτού κώδικα (π.χ. Adobe Animate).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- Έχει κριτική κατανόηση της αξίας των διαδραστικών πολυμέσων ως εργαλεία επικοινωνιακής στρατηγικής
- Έχει κριτική κατανόηση των διαδικασιών που εμπλέκονται στην δημιουργία ολοκληρωμένων διαδραστικών πολυμέσων
- Σχεδιάζει και υλοποιεί ολοκληρωμένες διαδραστικές πολυμεσικές εφαρμογές με έμφαση στις διαδικτυακές εφαρμογές (π.χ. HTML5) .
- Κρίνει, αξιολογεί και να επιλέγει τις πολυμεσικές τεχνολογίες που μπορούν να αξιοποιηθούν στην επικοινωνιακή πολιτική μιας επιχείρησης/οργανισμού/ φορέα/ιδιώτη /πολιτικού κόμματος/πολιτικού
- Εφαρμόζει ολοκληρωμένες διαδραστικές πολυμεσικές προσεγγίσεις για την εικόνα μιας επιχείρησης/ οργανισμού/φορέα/ιδιώτη/πολιτικού
- Προσαρμόζεται στις τεχνολογικές εξελίξεις των διαδραστικών πολυμέσων και των μελλοντικών τάσεων αξιοποίησης τους

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Χαρακτηριστικά και Δομικά Στοιχεία των διαδραστικών Πολυμέσων
- Κατηγοριοποίηση εφαρμογών πολυμέσων- Σύγχρονες και Ασύγχρονες εφαρμογές
- Θέματα Κειμένου και Ψηφιακής Αφήγησης στα Πολυμέσα
- Θέματα Εικόνας, Γραφικών στα Πολυμέσα
- Θέματα Ήχου, Βίντεο και Κινούμενης Εικόνας στα Πολυμέσα
- Υλικό Πολυμέσων
- Κανάλια μετάδοσης-μέσα διανομής διαδραστικών Πολυμέσων
- Λογισμικά ανάπτυξης διαδραστικών Πολυμέσων- Εργαστηριακές ασκήσεις και Υλοποίηση διαδραστικών εφαρμογών με την χρήση λογισμικών
- Διεπαφή χρήστη, απτικά συστήματα, βιομετρικά συστήματα, εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα.
- Στάδια Παραγωγής Ολοκληρωμένης Πολυμεσικής Εφαρμογής
- Εφαρμογές διαδραστικών πολυμέσων στις Επιχειρήσεις, στην Διαφήμιση, το Μάρκετινγκ, Πληροφόρηση, Εκπαίδευση, Πολιτισμό και σε άλλους κλάδους της Επικοινωνίας (Μελέτες Περιπτώσεων)
- Μελλοντικές Τάσεις στα Διαδραστικά πολυμέσα

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας διαδραστικών πολυμέσων (π.χ. Adobe Animate κτλ) Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%)</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Σύγχρονα Πολυμεσικά Εργαλεία, Στυλιανός Γ., Δήμου Β., Ζευγώλης Δ, 2019, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε
- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ, ΓΕΩΡΓΙΟΣ Β. ΞΥΛΩΜΕΝΟΣ, ΓΕΩΡΓΙΟΣ Κ. ΠΟΛΥΖΟΣ, 2009, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- Beginning Adobe Animate CC, 2017, HEAL-Link Springer ebooks
- Καλαφατούδης, Δροσίτης, Κοίλιας (2011) Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
- Beekman George,Quinn Michael J (2010), *Εισαγωγή στην πληροφορική*, Εκδόσεις Χ. Γκιούρδα, Αθήνα.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5214	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΦΗΜΗΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Τα ψηφιακά μέσα, το διαδίκτυο, ο παγκόσμιος ιστός, ο παγκόσμιος ιστός 2.0, τα ιστολόγια, οι διαδικτυακές κοινότητες και τα social media προσφέρουν κανάλια με πολλαπλές δυνατότητες και ευκαιρίες για δημιουργική χρήση τους στον τομέα του Μάρκετινγκ και του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. Το διαδίκτυο και ο Παγκόσμιος Ιστός έχουν μεταμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο διακινείται η πληροφορία και το μήνυμα φτάνει πλέον με μεγάλη ταχύτητα σε πολλούς και καλύτερα στοχευόμενους αποδέκτες μέσα από πολλές διαφορετικές διαδικτυακές εφαρμογές όπως ενδεικτικά ιστοτόπους, ιστολόγια, Youtube, Flickr, Facebook μηνύματα, συνδέσεις Linkedin, ακολουθίες μηνυμάτων twitter, RSS τροφοδοσίες κ.α. Όλα τα παραπάνω κανάλια έχουν αυξήσει την πολυπλοκότητα της άσκησης πρακτικών ηλεκτρονικών Δημοσίων Σχέσεων και ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ αλλά ταυτόχρονα έχουν προσδώσει πολλαπλές ευκαιρίες για δημιουργικότερους και ευρηματικότερους τρόπους άσκησης αποτελεσματικών επικοινωνιακών στρατηγικών. Επιπρόσθετα η Ηλεκτρονική Παρουσία μιας εταιρείας/οργανισμού/προσώπου εκφράζεται πλέον με πολλαπλούς τρόπους στο ψηφιακό περιβάλλον και οι στρατηγικές Διαχείρισης της Ηλεκτρονικής της Φήμης αποτελούν πρόκληση σε αυτό το πολύπλοκο περιβάλλον. Η Διαχείριση Ηλεκτρονικής Φήμης στοχεύει στο χτίσιμο και διατήρηση μιας θετικής εικόνας στο ψηφιακό περιβάλλον, στην παρακολούθηση (monitoring) της εικόνας της επιχείρησης/οργανισμού/προσώπου στο ψηφιακό περιβάλλον και στην δημιουργία τυχόν διορθωτικών ενεργειών για να απαλύνει τις συνέπειες στις αρνητικές περιπτώσεις κατά της ηλεκτρονικής φήμης του ενδιαφερόμενου. Το μάθημα έχει σχεδιαστεί ώστε να προσφέρει προχωρημένες γνώσεις μέσω περιπτωσιολογικών μελετών.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Έχει κριτική κατανόηση της αξίας της ηλεκτρονικής φήμης και να την αξιοποιεί στην ανάπτυξη διαδικτυακών επικοινωνιακών στρατηγικών.
- Έχει κριτική κατανόηση του ψηφιακού περιβάλλοντος και των παραμέτρων που χτίζουν την ηλεκτρονική φήμη και να προσαρμόζεται στις εξελίξεις του ψηφιακού περιβάλλοντος και στην επίδραση που έχουν οι εξελίξεις αυτές στην διαχείριση ηλεκτρονικής φήμης
- Εξερευνεί και αξιολογεί την αποτελεσματικότητα των διαδικτυακών ηλεκτρονικών εκστρατειών και των στρατηγικών διαχείρισης ηλεκτρονικής φήμης
- Συγκρίνει και να αντιπαραβάλλει διαφορετικές στρατηγικές διαχείρισης ηλεκτρονικής φήμης μέσα από μελέτες περίπτωσης
- Μελετά και να διαχειρίζεται κατά περίπτωση την ηλεκτρονική φήμη για την ανάπτυξη κατάλληλου περιεχομένου σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες
- Εφαρμόζει κατάλληλες διαδικασίες διαχείρισης ηλεκτρονικής φήμης για αντιμετώπιση κρίσης και αρνητικών αναφορών
- Αποκτήσει προχωρημένες ικανότητες σχεδιασμού και εφαρμογής καλών πρακτικών για την προβολή της εικόνας μιας επιχείρησης/οργανισμού/φορέα/ιδιώτη/πολιτικού στο διαδίκτυο, καλές πρακτικές και τεχνικές διάδρασης και επικοινωνίας με τον χρήστη ή ομάδες κοινού καθώς και καλές πρακτικές για χτίσιμο κουλτούρας ισχυρής σχέσης με ομάδες κοινού.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη Εργασία
- Ομαδική Εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Λήψη Αποφάσεων
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Σχεδιασμός και Διαχείριση Έργων
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Αντικείμενο της Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Φήμης (ΔΗΦ)
- Επίδραση των τεχνολογιών και υπηρεσιών του Διαδικτύου, Παγκόσμιου Ιστού και Κοινωνικών Δικτύων στην Ηλεκτρονική Φήμη
- Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και ΔΗΦ
- Διαδικασίες και υποδομές ΔΗΦ
- Ο ρόλος του Διαδικτυακού Συμβούλου Επικοινωνίας
- Υπηρεσίες Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Φήμης
- Μετρήσεις και Αναλύσεις ΔΗΦ
- Κεντροχρηστικά διαδικτυακά μοντέλα
- Μετρικά Χρηστικότητας και αξιολόγησης ιστοτόπων
- Στρατηγικές ΔΗΦ
- Μηχανές Αναζήτησης και ΔΗΦ
- Σύγχρονη και Ασύγχρονη ΔΗΦ
- Ηλεκτρονική Αποδελτίωση και ΔΗΦ
- ΔΗΦ στα Κοινωνικά Δίκτυα
- Μελέτες Περισπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Στην τάξη

<p align="center">ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</p>	<p>Οι φοιτητές αξιοποιούν το Διαδίκτυο για την σχεδίαση στρατηγικών διαδικτυακών δημοσίων σχέσεων και στρατηγικού διαδικτυακού μάρκετινγκ</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με παρουσιάσεις powerpoint και βιντεομαθήματα.</p>	
<p align="center">ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</p>	<p align="center">Δραστηριότητα</p>	<p align="center">Φόρτος ΕργασίαςΕξαμήνου</p>
	<p>Διαλέξεις</p>	<p align="center">39</p>
	<p>Εκπόνηση Μελέτης (Project)</p>	<p align="center">25</p>
	<p>Αυτοτελής Μελέτη</p>	<p align="center">36</p>
	<p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p align="center">100</p>
<p align="center">ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</p>	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που δύναται να περιλαμβάνει μεμονωμένα ή συνδυασμό:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις σύντομης απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας <p>II. Εκπόνηση Μελέτης (30%)</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Γ. Λάππας, Διαχείριση Ηλεκτρονικής Φήμης, Σημειώσεις Μαθήματος
- E. Ismagilova, Y. K. Dwived, E. Slade, M. D. Williams (2017) Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 75484930
- M. Kick (2015) Selected Essays on Corporate Reputation and Social Media, Springer Fachmedien Wiesbaden, Κωδικός Εύδοξος 73266564
- W. Weitzl (2017) Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness, Springer Fachmedien Wiesbaden, Κωδικός Εύδοξος 75488830
- Ines Nee (2016) Managing Negative Word-of-Mouth on Social Media Platforms, Springer Fachmedien Wiesbaden, Κωδικός Εύδοξος 75488609
- Amy Van Looy (2016) Social Media Management: Tehnologies and Strategies for Creating Business Value, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 75492626
- Alex Goncalves (2017) Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance, Apress, Κωδικός Εύδοξος 75492621
- L. M. Mahoney, T. Tang (2016) Strategic Social Media: From Marketing to Social Change, John Wiley & Sons, Κωδικός Εύδοξος 80503058
- E. Bertino, S. A. Matei (2015) Roles, Trust and Reputation in Social Media Knowledge Markets, Springer International Publishing
- Dodson I. (2016) The Art of Digital Marketing : The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted and Measurable Online Campaigns, Wiley, Κωδικός Εύδοξος 80500548
- Todd Kelsey (2017) Introduction to Search Engine Marketing and AdWords, Apress, Κωδικός Εύδοξος 75487871
- Francisco J. Martínez-López, Juan Carlos Gázquez-Abad, Kusum L. Ailawadi, María Jesús Yagüe-Guillén (2017) Advances in National Brand and Private Label Marketing, Chapter Social Media and Online Context, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 75481324

- Stieler M. (2017) *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends*, Springer International Publishing
- Σιώμκος Γ., Τσιάμης Ι. (2015) *E-Marketing – Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο*, Εκδόσεις Λιβάνη
- M. A. Shareef, Y. K. Dwivedi, V. Kumar (2016) *Mobile Marketing Channel*, Springer International Publishing
- B. Akhgar, A. Staniforth, D. Waddington (2017) *Application of Social Media in Crisis Management*, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 75481795
- Sponder Marshall (2012), *Social media analytics: effective tools for building, interpreting, and using metrics*, McGraw-Hill, NY.
- Scott, David Meerman (2010), *The new rules of marketing and PR : how to use social media, blogs, news releases, online video, & viral marketing to reach buyers directly*, John Wiley & Sons, Hoboken, N.J.

ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5224	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών και φοιτητριών με το ραδιόφωνο και στην κατανόηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και του κώδικα επικοινωνίας που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία περιεχομένου και εκπομπών. Εξετάζονται οι διαφορετικοί τύποι του ραδιοφωνικού προϊόντος, η ροή προγράμματος, η γλώσσα του ραδιοφώνου και η αλληλεπίδραση παραγωγού και ακροατή. Έμφαση δίνεται στο ραδιοφωνικό δελτίο ειδήσεων, με την αναλυτική παρουσίαση των διαφορετικών τύπων δελτίων, την προετοιμασία και την παρουσίαση του ραδιοφωνικού ρεπορτάζ. Παράλληλα, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες εκτιμούν την διαχρονική εξέλιξη του ραδιοφώνου και του ρόλου του στην ενημέρωση και την καθημερινότητα διαφορετικών τύπων ακροατών, με έμφαση στην περίπτωση της Ελλάδας.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν τη σημασία και τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας μέσω του ραδιοφώνου
- Εξηγούν τις επιδράσεις του ιστορικού πλαισίου και των κοινωνικοπολιτικών εξελίξεων στη ραδιοφωνική επικοινωνία
- Αντιληφθούν την διαδικασία παραγωγής περιεχομένου στο ραδιοφωνικό στούντιο
- Εφαρμόσουν τεχνικές συγγραφής στον σχεδιασμό ραδιοφωνικών κειμένων για δελτία ειδήσεων και ψυχαγωγικές εκπομπές
- Διακρίνουν τον κατάλληλο χειρισμό της μουσικής και της διαφήμισης στη ροή του ραδιοφωνικού προγράμματος
- Εξετάσουν νέες δομές και χαρακτηριστικά του ραδιοφώνου στο πλαίσιο της ψηφιακής επικοινωνίας.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η ιστορική εξέλιξη του ραδιοφώνου
- Η ιδιαιτερότητα και η σημασία του ραδιοφώνου ως Μέσο Επικοινωνίας
- Τύποι ραδιοφωνικών εκπομπών
- Το ραδιοφωνικό στούντιο και ο τεχνικός εξοπλισμός
- Η ροή του προγράμματος στο ραδιόφωνο
- Η γλώσσα του ραδιοφώνου
- Τα ραδιοφωνικά κείμενα
- Οι ειδήσεις στο ραδιόφωνο
- Παραγωγή μουσικού προγράμματος στο ραδιόφωνο
- Η διαφήμιση, τα promos και τα jingles στο ραδιόφωνο

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	13
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Προετοιμασία για τις ατομικές και ομαδικές ασκήσεις	10
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	109

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της ραδιοφωνικής δημοσιογραφίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση Ομαδικής Εργασίας</p>
----------------------------	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Cristell, A. (2010), *Η γλώσσα του Ραδιοφώνου*, Εκδόσεις Αιγόκερως, Αθήνα
- Δεληγιάννης, Β. και Κυριακίδης, Μ. (1995), *Ραδιοφωνική Παραγωγή και Δημοσιογραφία*, Εκδόσεις Παρά Πέντε-Ροή, Αθήνα
- Σκλαβούνης, Γ. (1998), *Ραδιοτηλεοπτική παραγωγή*, Εκδόσεις Παρίκος, Αθήνα Wu, T. (2012). *Ο γενικός διακόπτης: Η άνοδος και η πτώση των μονοπωλίων στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Εκδόσεις Γιαλός, Αθήνα
- Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφηρμοσμένης Επικοινωνίας, (2010), *Ζητήματα Επικοινωνίας Τεύχος 10*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Hilliard, R. (2002), *Γράφοντας για την τηλεόραση και το ράδιο*, Εκδόσεις Παρίκος, Αθήνα
- Πλέχοβα, Ο. (2002), *Το πρώτο Ελληνικό Ραδιόφωνο*, Εκδόσεις Μπαρμπουνάκη, Αθήνα
- Κάρτερ, Γ.Ν. (2004), *Ελληνική Ραδιοφωνία και Τηλεόραση*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Barnhurst, K. G. (2003). *The makers of meaning: National Public Radio and the new long journalism, 1980-2000. Political Communication, Vol. 20 No. 1, pp. 1-22.*
- Purdey, H. (2000). *Radio journalism training and the future of radio news in the UK. Journalism, Vol. 1 No. 3, pp. 329-352.*
- Duhe, S. F., & Zukowski, L. A. (1997). *Radio-TV journalism curriculum: First jobs and career preparation. Journalism & Mass Communication Educator, Vol. 52 No. 1, pp. 4-15.*
- Turner, G. (2000). *Talkback, advertising and journalism: A cautionary tale of self-regulated commercial radio. International journal of cultural studies, Vol. 3 No. 2, pp. 247-255.*
- Lindgren, M. (2016). *Personal narrative journalism and podcasting. Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, Vol. 14 No. 1, pp. 23-41.*
- Ball, J. (2009). *FreeMix radio: The original mixtape radio show: A case study in mixtape "radio" and emancipatory journalism. Journal of Black Studies, Vol. 39 No. 4, pp. 614-634.*
- Ball, J. (2009). *FreeMix radio: The original mixtape radio show: A case study in mixtape "radio" and emancipatory journalism. Journal of Black Studies, Vol. 39 No. 4, pp. 614-634.*
- Bonix, L. (2012, September). *Sharing and retweeting sounds—the relation between radio journalism and social networks. In Radio Evolution: Conference Proceedings.*
- Niblock, S., & Machin, D. (2007). *News values for consumer groups: The case of Independent Radio News, London, UK. Journalism, Vol. 8 No. 2, pp. 184-204.*

ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5234	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	
Σύνολο		3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι εισάγει τον φοιτητή στις νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στην εκπαιδευτική διαδικασία. Σήμερα υπάρχει μεγάλο φάσμα ψηφιακών εφαρμογών που αναβαθμίζουν την εκπαιδευτική διαδικασία και προάγουν την ηλεκτρονική και εξ' αποστάσεως μάθηση όπως πολυμεσικές διαδραστικές εφαρμογές για την εκμάθηση επιστημονικών αντικειμένων, ευφυή συστήματα διδασκαλίας (intelligent tutoring systems), προσαρμοστικά υπερμέσα μάθησης (Adaptive Hypermedia), συστήματα διαχείρισης μάθησης (LMS) και συστήματα Διαχείρισης εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων, Πλατφόρμες μαζικών ανοιχτών διαδικτυακών μαθημάτων (MOOCs), βιντεομάθηση και διαδραστικά βίντεο, εφαρμογές Web 2.0 και κοινωνικά δίκτυα στην μάθηση, συνεργατικά συστήματα μάθησης κ.α..

Στα πλαίσια επίσης του μαθήματος ο φοιτητής θα διδαχθεί τις βασικές θεωρίες μάθησης και τον ρόλο των νέων τεχνολογιών με ιδιαίτερη έμφαση στην Γνωστική Θεωρία Μάθησης Πολυμέσων (Cognitive Theory of Multimedia Learning).

Στο μάθημα επίσης θα αναλυθούν μελέτες περιπτώσεων όπου έχουν εφαρμοστεί καινοτόμες και αποτελεσματικές τεχνολογίες και μέθοδοι σε σχολεία και εκπαιδευτικά ιδρύματα. Καθώς και σύγχρονες τάσεις στην μάθηση όπως μεικτή πραγματικότητα, ανάλυση εκπαιδευτικών δεδομένων (Learning Analytics) κ.α.

Σκοπός επίσης του μαθήματος είναι ο φοιτητής να λάβει εικόνα για το πώς οι νέες τεχνολογίες επιδρούν στην εκπαιδευτική διαδικασία σήμερα αλλά και το πώς αναμένεται να διαμορφώσουν την εκπαίδευση στο εγγύς μέλλον.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Να γνωρίζει και να είναι σε θέση να κατηγοριοποιεί και να αξιολογεί τις διάφορες τεχνολογίες που έχουν εφαρμογές στην εκπαίδευση όπως επίσης και να διακρίνει τις διαφορές ανάμεσα σε αυτές.
2. Να κρίνει, να επιλέγει και να συνδυάζει τις κατάλληλες τεχνολογίες που μπορεί να εφαρμοστούν σε διαφορετικά εκπαιδευτικά περιβάλλοντα και σε διαφορετικές βαθμίδες και είδη εκπαίδευσης (π.χ. προσχολική εκπαίδευση, πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια, τριτοβάθμια, ειδική εκπαίδευση, εκπαίδευση ενηλίκων, εξ' αποστάσεως μάθηση κτλ).
3. Να αξιολογούν και να συγκρίνουν εκπαιδευτικές τεχνολογίες ανάλογα με το επιθυμητό πεδίο εφαρμογής.

4. Να γνωρίζει τις βασικές θεωρίες μάθησης και να εφαρμόζει αρχές των θεωριών αυτών στην σχεδίαση εκπαιδευτικού υλικού
5. Να προσαρμόζουν τις γνώσεις τους σε ένα περιβάλλον όπου οι νέες τεχνολογίες στην εκπαίδευση βρίσκονται υπο συνεχή εξέλιξη.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορία της εξέλιξης των τεχνολογιών εκπαίδευσης
- Θεωρίες μάθησης, Γνωστική θεωρία των Πολυμέσων.
- Διαδραστικές πολυμεσικές εφαρμογές στην εκπαίδευση
- Εκπαιδευτικές εφαρμογές που συνδυάζουν εκπαίδευση και διασκέδαση (παιχνιδοκεντρική μάθηση -edutainment), εκπαίδευση με ευφυή παιχνίδια (Serious Games), Εικονική Πραγματικότητα και επαυξημένη πραγματικότητα (Virtual and Augmented reality) στην εκπαίδευση, εφαρμογές προσομοίωσης (Simulations applications).
- Συστήματα διαχείρισης μάθησης και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων (LMS)
- Ευφυή Συστήματα μάθησης (Intelligent Tutoring Systems) και Προσαρμοστικά Συστήματα Υπερμέσων (Adaptive Hypermedia Systems)
- Μαζικά ανοιχτά διαδικτυακά μαθήματα (Coursera, eDX, Khan Academy)
- Βιντεομάθηση και διαδραστικά βίντεο
- Μάθηση με την χρήση κινητών συσκευών (Mobile Learning)
- Εφαρμογές Web2.0 και Κοινωνικών Δικτύων στην εκπαίδευση (Facebook, wikis, logs, κλπ) και Συνεργατικές Εφαρμογές Μάθησης
- Καινοτόμες Περιπτώσιολογικές Μελέτες
- Ανάλυση εκπαιδευτικών δεδομένων και εξόρυξη γνώσης
- Εξελίξεις και τάσεις στην εκπαιδευτική τεχνολογία και πως επηρεάζουν το μέλλον της εκπαίδευσης

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη του μαθήματος με μεγάλο εύρος λογισμικών και online εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην μάθηση- Πλατφόρμες LMS (Learning Management systems), λογισμικό διαδραστικών βίντεο, επίδειξη λογισμικών (edutainment, adaptive hypermedia, serious games, Virtual and Augmented reality for Education κ.α.) Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	30
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (40% η 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ψηφιακές τεχνολογίες και μάθηση του 21ου αιώνα, Τζιμογιάννης Αθανάσιος, Εκδόσεις Κριτική, 2019
- Νέες τεχνολογίες και εκπαίδευση, Κοτοπούλης Β.Θωμά, 2015, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΡΗΓΟΡΗ ΟΕ
- Ευέλικτη Μάθηση, Δημητριάδης Σταύρος Ν., Καραγιαννίδης Χαράλαμπος, Πομπόρτσος Ανδρέας Σ., Τσιάτσος Θρασύβουλος, 2007, Εκδόσεις Τζιόλας

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Επιλεγμένα άρθρα από τα

- Πρακτικά των Πανελλήνιων συνεδρίων «Ένταξη και χρήση των ΤΠΕ στην εκπαιδευτική διαδικασία» (συνέδρια της ΕΤΠΕ).
- Πρακτικά διεθνών συνεδρίων όπως ICALT και από κορυφαία Επιστημονικά περιοδικά όπως *Computers in Education, British Journal of Educational Technology (BJET)* κ.α

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5244	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Σύγχρονη Ευρωπαϊκή Ιστορία		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικής Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα στοχεύει στο να εξετάσει τις βασικότερες οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και πολιτισμικές συνιστώσες που διαμορφώνουν τις κοινωνίες των ευρωπαϊκών κρατών από την εποχή των αρχών του εικοστού αιώνα έως και σήμερα και να μελετήσει τους διαδοχικούς μετασχηματισμούς που γνωρίζουν οι κοινωνίες της ευρωπαϊκής ηπείρου. Σε αυτό το πλαίσιο μελετώνται οι ισορροπίες και οι συγκρούσεις που γνωρίζει η Ευρώπη, οι ιδεολογικές παράμετροι που συνοδεύουν ή και προετοιμάζουν τις εθνικές και κοινωνικές αντιθέσεις, η συγκρότηση των εθνικών κρατών και ο ρόλος τους.

Στόχος είναι να έχουν κατανοήσει οι φοιτητές μετά το πέρας του εξαμήνου τις βασικές τομές της σύγχρονης Ευρωπαϊκής Ιστορίας και τον τρόπο που αυτές «σημάδεψαν» τον ευρωπαϊκό πολιτισμό και έφτιαξαν τον κόσμο μέσα στον οποίο ζούμε σήμερα. Έτσι η ιστορία δεν αντιμετωπίζεται ως ένα άθροισμα πληροφοριών που αφορούν ένα κόσμο που έφυγε αλλά ένα σύστημα αλληλοσυμπληρωμένων ή αλληλοσυγκρουόμενων ιδεών και νοημάτων που διαμορφώνουν τις αντιλήψεις μας για τον παρόντα χρόνο και χώρο. Με άλλα λόγια στόχος του μαθήματος είναι να δείξει στους φοιτητές πώς είναι συνεχώς «παρούσα» η Ιστορία στην καθημερινή μας ζωή, στον τρόπο που σκεφτόμαστε και δρούμε και σήμερα.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής θα πρέπει να:

1. γνωρίζει τα βασικά ιστορικά γεγονότα-τομές της σύγχρονης ευρωπαϊκής ιστορίας
2. να μπορεί να εξηγήσει τα βασικά χαρακτηριστικά των σημαντικότερων διανοητικών ρευμάτων του 20ου αιώνα
3. να κατανοεί το πώς η αναμέτρηση των πολιτικών ιδεολογιών επέδρασαν στις ιστορικές εξελίξεις που διαμόρφωσαν τη σύγχρονη Ευρώπη
4. να αξιολογεί τα ιστορικά γεγονότα με κριτήριο την επίδραση τους στη δημιουργία του σύγχρονου ευρωπαϊκού πολιτισμού

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η ιδεολογική κληρονομιά των προηγούμενων αιώνων (Διαφωτισμός, Γαλλική Επανάσταση, Βιομηχανική Επανάσταση, εμφάνιση του κομμουνισμού)
- Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (αίτια, χαρακτηριστικά, συνέπειες). Από τις αυτοκρατορίες στα έθνη-κράτη.
- Οκτωβριανή επανάσταση και η σημασία της ιδέας για μια παγκόσμια κομμουνιστική επανάσταση
- Μεσοπόλεμος, η Κοινωνία των Εθνών και η εμφάνιση του φασισμού και του ναζισμού
- Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (αίτια, χαρακτηριστικά, συνέπειες)
- Ψυχρός Πόλεμος και πυρηνική απειλή
- Το τέλος του Ψυχρού Πολέμου και η ευρωπαϊκή ενοποίηση
- Η 11^η Σεπτέμβρη 2001 και οι νέες απειλές (άνοδος θρησκευτικού φαναταμενταλισμού και παγκόσμιας τρομοκρατίας)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	15
	Εργασία	15
	Αυτοτελής Μελέτη	31
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Serge Bernstein - Pierre Milza, *Ιστορία της Ευρώπης 3-Διάσπαση και Ανοικοδόμηση της Ευρώπης, 1919 έως και σήμερα*, Αθήνα: εκδόσεις Αλεξάνδρεια 1997 (α΄ γαλλ. έκδ. 1992).
- Eric Hobsbawm, *Η Εποχή των Άκρων. Ο σύντομος 20^{ος} αιώνας, 1914-1991*, Αθήνα: Θεμέλιο 2002 (α΄ αγγλ. έκδ. 1994).
- Burns E., *Ευρωπαϊκή Ιστορία, Εισαγωγή στην Ιστορία και τον Πολιτισμό της νεότερης Ευρώπης*, Επίκεντρο, 2006
- Mark Mazower, *Σκοτεινή Ήπειρος. Ο Ευρωπαϊκός 20ός αιώνας*, Αθήνα: εκδόσεις Αλεξάνδρεια 2001 (α΄ αγγλ. έκδ. 1998).
- Gaillard, Jean-Michel Rowley, Anthony, *Ιστορία της ευρωπαϊκής ηπείρου: από το 1850 έως τα τέλη του 20ού αιώνα*, Ι. Σιδέρης, 2003
- Robert Frank, «Εμφύλιοι Ευρωπαϊκοί Πόλεμοι», στο Γλύκατζη Αρβελέρ, Aymard, Maurice (επιμ.), *Οι Ευρωπαίοι*, Σαββάλας, 2003
- Tony Judt, *Η Ευρώπη μετά τον πόλεμο*, Αθήνα: εκδ. Αλεξάνδρεια 2012 (α΄ αγγλ. έκδ. 2005).
- Ντέιβις, Ν. 2010. *Ιστορία της Ευρώπης*, τ. Β΄. Νεφέλη, Αθήνα.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ****1. ΓΕΝΙΚΑ**

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5254	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

Βασικός σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση των βασικών εννοιών και τεχνικών που χρησιμοποιούνται στη διαφήμιση και να τις εφαρμόσουν κατάλληλα στην επαγγελματική πρακτική. Στο πλαίσιο του μαθήματος θα εξεταστούν ζητήματα όπως η διαμόρφωση των διαφημιστικών στόχων, ο καθορισμός του διαφημιστικού προϋπολογισμού, η συνεργασία μεταξύ της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου αλλά και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης. Παράλληλα, το μάθημα επικεντρώνεται στην κατανόηση του ρόλου της διαφήμισης στα πλαίσια της ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής των επιχειρήσεων και οργανισμών. Έμφαση δίνεται στη δημιουργική σχεδίαση, ανάπτυξη και την υλοποίηση της δημιουργικής ιδέας μέσα από τη μελέτη της θεωρίας, την ανάλυση περιπτώσεων (case studies) και την υλοποίηση δημιουργικών ασκήσεων από τους/τις φοιτητές/τριες.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοούν το ρόλο της διαφήμισης μέσω της χρήσης συμβατικών και νέων μέσων για την προώθηση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.
- Αναπτύσσουν αποτελεσματικά διαφημιστικά προγράμματα στα πλαίσια συγκεκριμένων διαφημιστικών στόχων.
- Αντιλαμβάνονται όλα τα στάδια υλοποίησης της δημιουργικής ιδέας
- Αξιολογούν την πληρότητα και την αποτελεσματικότητα ενός διαφημιστικού προγράμματος.
- Αξιολογούν παραμέτρους όπως το κόστος, την αποτελεσματικότητα, την επιλογή των μέσων και το βαθμό επίτευξης των επικοινωνιακών στόχων της επιχείρησης – οργανισμού στο σχεδιασμό διαφημιστικών εκστρατειών

<ul style="list-style-type: none"> • Αντιπαραβάλλουν και να συγκρίνουν διαφορετικά διαφημιστικά προγράμματα μέσα από την ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Δημιουργικότητα • Άσκηση κριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική μάρκετινγκ - Η διαφήμιση ως επικοινωνία - Τύποι διαφημίσεων. - Ο καθορισμός του διαφημιστικού προϋπολογισμού - Διαδικασία ανάπτυξης διαφημιστικού προγράμματος. - Εστίαση στους διαφημιστικούς στόχους - Η ιεραρχική κλιμάκωση των αποτελεσμάτων της διαφήμισης - Η υλοποίηση της δημιουργικής ιδέας: Τύποι διαφημιστικής έκκλησης - Το περίγραμμα και η απεικόνιση της διαφήμισης - Σχεδίαση και ανάπτυξη διαφημιστικού κειμένου. - Η επιλογή των μέσων επικοινωνίας - Αξιολόγηση και μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης. - Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών σχετικά με τη σχεδίαση της διαφήμισης, τη δημιουργική ιδέα, το διαφημιστικό κείμενο, την απεικόνιση κ.λπ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	13
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Προετοιμασία για τις ατομικές και ομαδικές ασκήσεις	10
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	109
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της διαφήμισης σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση Ομαδικής Εργασίας</p> <p>III. Ατομικές και ομαδικές ασκήσεις εφαρμογής της θεωρίας</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ζώτος, Γ., Ζώτου, Α., Κυρούση, Α., Μπουτσούκη, Χ., Πάλλα, Τ. και Χατζηθωμάς, Λ. (2018), *Διαφήμιση, Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα*, 6^η Έκδοση, University Studio Press A.E., Θεσσαλονίκη.
- Belch, G. and Belch, M. (2016), *Διαφήμιση και Προώθηση (10^η Έκδοση)*, Εκδόσεις Α. Τζιόλα & Υιοί Ο.Ε., Θεσσαλονίκη.
- Arens, C., Arens, M., Weigold, M., Scheaffer, D. (2015), *Αποτελεσματική Διαφήμιση*, Εκδόσεις Rosili.
- Κάβουρα, Ν. (2016), *Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*, Εκδόσεις Μ. Τσακουρίδου και Σια
- Φρίγκας, Γ. (2010), *Διαφήμιση: Μια Σύγχρονη Προσέγγιση*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος ΕΠΕ, Αθήνα.
- Dyer, G. (1993), *Η Διαφήμιση ως Επικοινωνία*, Σ. Πατάκης Ανώνυμη Εμπορική Εκδοτική και Διανεμητική Εταιρεία, Αθήνα.
- Davis, J. (1997), *Advertising Research: Theory & Practice (2nd Edition)*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Adams, R. (2003), *www.advertising: Advertising and Marketing on the World Wide Web (Design Directories)*, Watson – Guptill, New York.
- Jones, J. (1999), *The Advertising Business: Operations, Creativity, Media Planning, Integrated Communications*, Sage, Thousand Oaks, California.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Hatzithomas, L., Fotiadis, T. A., & Coudounaris, D. N. (2016). *Standardization, Adaptation, and Personalization of International Corporate Social Media Communications*. *Psychology & Marketing*, Vol.33, No. 1), pp. 1098-1105.
- Tsihla, E., & Zotos, Y. (2016). *Gender portrayals revisited: searching for explicit and implicit stereotypes in Cypriot magazine advertisements*. *International journal of advertising*, 35(6), 983-1007.
- Akbari, M. (2015). *Different impacts of advertising appeals on advertising attitude for high and low involvement products*. *Global Business Review*, 16(3), 478-493.
- Eisend, M., Plagemann, J., & Sollwedel, J. (2014). *Gender roles and humor in advertising: The occurrence of stereotyping in humorous and nonhumorous advertising and its consequences for advertising effectiveness*. *Journal of advertising*, Vol. 43, No. 3, pp. 256-273.
- Okazaki, S., & Taylor, C. R. (2013). *Social media and international advertising: theoretical challenges and future directions*. *International marketing review*, Vol. 30, No. 1, pp. 56-71.
- Werner, R., and Saffert, P. (2013), *Creativity in Advertising: When It Works and When It Doesn't*, *Harvard Business Review*, Vol. 91, No. 6, pp. 106-112.
- Ewing, M. (2013), *The Good News About Television: Attitudes Aren't Getting Worse: Tracking Public Attitudes toward TV Advertising*, *Journal of Advertising Research*, Vol.53, No.1, pp. 83-89.
- Zotos, Y. C., & Tsihla, E. (2014). *Female stereotypes in print advertising: A retrospective analysis*. *Procedia-social and behavioral sciences*, Vol. 148, pp. 446-454.
- Cheong, Y., De Gregorio, F., and Kim, K. (2010), *The Power of Reach and Frequency in the Age of Digital Advertising*, *Journal of Advertising Research*, Vol. 50, No.4, pp. 403-415.
- Farrall, N., and Whitelock, C. (2010), *A Comparative Analysis of Advertising Characteristics, Strategy, Style and Form in Global and National Brand Advertising*, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 7, No. 3, pp. 125-136.
- Binet, L. and Field, P. (2009), *Empirical Generalizations about Advertising Campaign Success*, *Journal of Advertising Research*, Vol. 49, No. 2, pp. 130-133.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5264	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ II		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαδραστική διδασκαλία	3	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική και Γαλλική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια είναι ικανός/ή:</p> <ul style="list-style-type: none"> - να κατανοεί και να παράγει προφορικό λόγο στη γαλλική γλώσσα σε πραγματικές περιστάσεις επικοινωνίας της καθημερινής ζωής με γαλλόφωνους ομιλητές, - να περιγράφει καθημερινές συνήθειες - να δίνει πληροφορίες για την εργασία του και τον χώρο διαβίωσής του, - να παρουσιάζει τον εαυτό του/της, τις σπουδές του/της, τα ενδιαφέροντά του/της, την

- επαγγελματική του/της εμπειρία, τα σχέδιά του/της για το μέλλον,
- να αναζητάει πληροφορίες στο διαδίκτυο για γαλλόφωνες υπηρεσίες, επιχειρήσεις, οργανισμούς, πανεπιστήμια,
- να κατανοεί και να ακολουθεί οδηγίες και υποδείξεις στη γαλλική,
- να παρακολουθεί την επικαιρότητα σε γαλλόφωνα μέσα μαζικής ενημέρωσης,
- να ενημερώνεται για πολιτιστικές εκδηλώσεις σε γαλλόφωνες χώρες
- να κατανοεί, γραπτά και προφορικά, αυθεντικά ειδησεογραφικά κείμενα,
- να κατανοεί και να χρησιμοποιεί στον προφορικό και στον γραπτό λόγο έννοιες του χώρου της επικοινωνίας και των ψηφιακών μέσων στη γαλλική,
- να παράγει γραπτά κείμενα μικρής έκτασης για να ανταποκρίνεται σε καθημερινές περιστάσεις επικοινωνίας, με τη χρήση ψηφιακών μέσων.
- να αναζητάει θέση εργασίας, μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών ή επιμορφωτικά σεμινάρια σε γαλλόφωνη χώρα.

Γενικές Ικανότητες

- Ανάπτυξη γλωσσικών επικοινωνιακών δεξιοτήτων στη γαλλική γλώσσα, όπως προβλέπεται από το Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για το επίπεδο A2.
- Αυτόνομη και ομαδική εργασία.
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση νέων τεχνολογιών με σκοπό την κατανόηση και παραγωγή περιεχομένου.
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα μέσα από την εκμάθηση της γαλλικής γλώσσας και γαλλικών πολιτισμικών στοιχείων.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις μέσω ανάπτυξης επικοινωνιακών σχέσεων με γαλλόφωνο κοινό.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Για τον προσδιορισμό του περιεχομένου του μαθήματος λαμβάνονται υπόψη τα ενδιαφέροντα και οι ανάγκες των φοιτητών/τριών. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες ενότητες:

- Σπουδάζω σε γαλλόφωνο πανεπιστήμιο: συμμετοχή σε δράσεις, υποβολή αιτήσεων.
- Παρακολουθώ γαλλική και γαλλόφωνη ειδησεογραφία σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα.
- Εξοικειώνομαι με την ορολογία του τομέα της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων.
- Κατανόηση βιογραφίας διακεκριμένου γαλλόφωνου επιστήμονα του κλάδου μου, παρουσίαση επιστημονικού έργου, συνοπτική παρουσίαση της βιογραφίας του.
- Αναζητώ θέση εργασίας, μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών ή επιμορφωτικό σεμινάριο στην ειδικότητά μου: αναζήτηση εργασίας διαδικτυακά, σύνταξη βιογραφικού σημειώματος και συνοδευτικής επιστολής στη γαλλική, προετοιμασία για συνέντευξη.
- Διοργάνωση γαλλόφωνης εκδήλωσης: προσδιορισμός περιεχομένου στη γαλλική, σχεδιασμός δημιουργικού, διάχυση πληροφορίας με τη χρήση ψηφιακών μέσων, επικοινωνία με γαλλόφωνους συνεργάτες.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτύου στη διδασκαλία για εμπλουτισμό των μαθημάτων με διαδικτυακό εκπαιδευτικό περιεχόμενο, για πρόσβαση σε αυθεντικό περιεχόμενο, ηλεκτρονικά λεξικά

	και μεταφραστικά εργαλεία. Χρήση οπτικοακουστικού υλικού για ανάπτυξη της κατανόησης και παραγωγής προφορικού και γραπτού λόγου. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαδραστική διδασκαλία	39
	Πρακτικές εργασίες αφομοίωσης του γλωσσικού περιεχομένου και ανάπτυξης των επιδιωκόμενων δεξιοτήτων	11
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	20
	Αυτόνομη Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση στη Γαλλική Γλώσσα που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις κατανόησης κειμένου - Ερωτήσεις συμπλήρωσης κενών - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Εβδομαδιαίες γραπτές εργασίες που αφορούν στο περιεχόμενο της κάθε διδακτικής ενότητας.</p> <p>IV. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Alcaraz M. et al., 2017, *À la une A2*, Εκδόσεις Trait d'union (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77118794)

- Tzanavari M., Goussios C., 2015, *Dictionnaire de termes économiques et politiques grec-français*, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50658619)
- Delatour, Y., Jennerin, D., Leon-Dufour, M., Teyssier, B., 2015, *Σύγχρονη γραμματική της γαλλικής γλώσσας*, Εκδ. Πατάκης (*Κωδ. Βιβλίου στον Εύδοξο: 68402009*)
- Baylocq Sassoubre M.-P. et al., 2017, *À la une A2 Cahier d'activités*, Εκδόσεις Trait d'union (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77118846)
- Βλάχου Μ., Γκούσιος Χ., 2015, *Le français pour objectifs spécifiques : L'Europe et le monde dans les relations internationales*, Εκδόσεις Da Vinci (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50657753)
- Mitchell M, Fleuranceau F., 2011, *Pour parler affaires*, Εκδόσεις KLETT (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 50661658)

ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5274	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Συνολο	3	4	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι να μυήσει τους φοιτητές στις κανονιστικές αρχές και πλαίσια που διέπουν την επικοινωνία και τις επιμέρους λειτουργίες της. Στο μάθημα εξετάζονται ζητήματα που αφορούν τη σημασία της δεοντολογίας και ειδικότερα της δημοσιογραφικής δεοντολογίας καθώς το πλαίσιο ηθικής και δεοντολογίας που διέπει τη λειτουργία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ηθική διάσταση της επικοινωνίας τονίζοντας αρχές και αξίες που πρέπει να τηρούνται σε ένα αστικό κράτος δικαίου λαμβάνοντας υπόψη τα συναλλακτικά ήθη. Παρουσιάζονται και αναλύονται δεοντολογικοί κώδικες συμπεριφοράς σε επιμέρους κλάδους της

επικοινωνίας όπως της δημοσιογραφίας, των δημοσίων σχέσεων, της διαφήμισης, των πωλήσεων κ.λπ.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν το καθεστώς δεοντολογίας που διέπει τις επικοινωνιακές λειτουργίες.
- Ερμηνεύουν τυχόν παραβάσεις των κωδίκων δεοντολογίας των διαφόρων επικοινωνιακών λειτουργιών.
- Συσχετίσουν τη δεοντολογία με την ηθική διάσταση των επικοινωνιακών λειτουργιών.
- Συγκρίνουν κώδικες δεοντολογίας διάφορων επικοινωνιακών λειτουργιών ώστε να επισημάνουν ομοιότητες ή διαφορές.
- Υποστηρίζουν επαγγελματικά επικοινωνιακά μοντέλα με επίκεντρο την ηθική συμπεριφορά.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Εισαγωγή στο νομικό καθεστώς των ΜΜΕ
- Ρυθμίσεις που διέπουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ
- Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) – Πρακτικά θέματα
- Ρυθμίσεις που διέπουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ
- Σημασία και σκοπιμότητα της δεοντολογίας
- Η έννοια της ηθικής
- Κώδικες δεοντολογίας δημοσιογράφων
- Κώδικες δεοντολογίας διαφημιστών
- Κώδικες δεοντολογίας στελεχών δημοσίων σχέσεων
- Κώδικες δεοντολογίας πωλητών
- Συνταγματικές διατάξεις και δικαιώματα που άπτονται της ελευθερίας της έκφρασης και του δικαιώματος της πληροφόρησης
- Αρχές και αξίες για ένα κανονιστικό πλαίσιο επικοινωνίας
- Το μοντέλο του επικοινωνιακού πράττειν του Habermas

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Προετοιμασία για ατομικές ασκήσεις	12 ώρες
	Ομαδικές Εργασίες	7 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες

	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	100 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές/Ατομικές Εργασίες και Ασκήσεις (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Δεληγιάννη, Ε. (2004), Ηθική των ΜΜΕ, ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.
- Καρακώστας, Γ. (2012), Το Δίκαιο των ΜΜΕ, Νομική Βιβλιοθήκη.
- Γιάννα, Κ. (2007), Η Ελευθερία των Οπτικοακουστικών Μέσων, Εκδόσεις Σάκκουλα ΕΕ, Θεσσαλονίκη.
- Γιαννά, Κ. (2013), Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας – Δίκαιο της Πληροφόρησης (2η Έκδοση), Εκδόσεις Σάκκουλα Α.Ε., Θεσσαλονίκη.
- Καρακώστα, Ι. και Τσέβας, Α. (2000), Η Νομοθεσία των ΜΜΕ, Εκδόσεις Σάκκουλα. Αθήνα.
- Σταυρίδου, Σ. (2010), Έλεγχος Συγκεντρώσεων στα Μέσα Ενημέρωσης. Από το Δημόσιο Δίκαιο στο Δίκαιο της Αγοράς, Δίκαιο και Οικονομία – Παναγιώτης Ν. Σάκκουλας Ανώνυμη Εκδοτική & Εμπορική Εταιρεία, Αθήνα.
- Τσέβας, Α. (2010), Προσωπικά Δεδομένα και Μέσα Ενημέρωσης, Αντώνιος Σάκκουλας, Αθήνα.
- Tompkins, P. S., & Anderson, K. E. (2015). *Practicing communication ethics: Development, discernment, and decision-making*. Routledge.
- Iggers, J. (2018). *Good news, bad news: Journalism ethics and the public interest*. Routledge.
- Patterson, P., Wilkins, L., & Painter, C. (2018). *Media ethics: Issues and cases*. Rowman & Littlefield.
- Jacqueline, D. (2016). *Journalistic ethics: Moral responsibility in the media*. Routledge.
- Frost, C. (2015). *Journalism ethics and regulation*. Routledge.
- Gripsrud, J. and Moe, H. (2010), *The Digital Publicsphere: Challenges for Media Policy*, Nordicom, Goteborg.
- Castendyk, O., Dommering, E. J., & Scheuer, A. (2008), *European Media Law*, Kluwer Law International.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Pearson, R. (2017). *Business ethics as communication ethics: Public relations practice and the idea of dialogue*. In *Public relations theory* (pp. 111-131). Routledge.
- Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2015). *Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world*. *Telematics and informatics*, 32(4), 735-744.
- Bowen, S. A., & Prescott, P. (2015). *Kant's contribution to the ethics of communication*. *Ethical Space: The International Journal of Communication Ethics*, 12, 38-44.
- Drumwright, M. E., & Murphy, P. E. (2009), *The Current State of Advertising Ethics: Industry And Academic Perspectives*, *Journal of Advertising*, Vol. 38, No. 1, pp. 83-108.
- Tibor, M (2012), *A Brief on the Ethics of Advertising*, *Advances in Management*, Vol. 5, No. 10, pp. 30-33.
- Huang, Y. H. (2001), *Should a Public Relations Code of Ethics Be Enforced?*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 31, No. 3, pp. 259-270.
- Fitzpatrick, K. R. (2002), *Evolving Standards in Public Relations: A Historical Examination Of PRSA's Codes of Ethics*, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 17, No. 2, pp. 89-110.
- Whitehouse, G. (2010), *Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age*, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol.25, No. 4, pp. 310-327.
- Kuhn, M. (2007), *Interactivity and Prioritizing the Human: A Code of Blogging Ethics*, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 22, No. 1, pp. 18-36.
- Hafez, K. (2002), *Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia*, *Political Communication*, Vol. 19, No. 2, pp. 225- 250.
- Laitila, T. (1995), *Journalistic Codes of Ethics in Europe*, *European Journal of Communication*, Vol. 10, No. 4, pp. 527-544.
- O'Boyle, E. J., & Dawson Jr, L. E. (1992), *The American Marketing Association Code of Ethics: Instructions for Marketers*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, No. 12, pp. 921-932.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5284	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Δημοκρατία, Δημόσια Σφαίρα και Επικοινωνία		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	4
	Συνολο	3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα εξετάζει συνολικά την έννοια της Δημοκρατίας (ως ιδεώδους και ως πολιτεύματος) με εστίαση τόσο στην αντιπαράθεση των ιδεών και των απόψεων στο δημόσιο χώρο όσο και στη λήψη αποφάσεων και παραγωγή πολιτικής. Εξετάζονται μοντέλα δημοκρατίας (συμμετοχική, διαβουλευτική, αγωνιστική) και μελετώνται οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η δημοκρατία λόγω της παγκοσμιοποίησης και της μείωσης της ισχύος των αντιπροσωπευτικών θεσμών των εθνικών κρατών. Παράλληλα επιχειρείται μια διεπιστημονική προσέγγιση του φαινομένου της σύγχρονης δημόσιας σφαίρας, ώστε να χρησιμεύσει ως αναλυτικό εργαλείο για την κριτική κατανόηση της κοινωνικής πραγματικότητας. Τέλος, εξετάζεται η επίδραση του διαδικτύου και των νέων ψηφιακών μέσων στη συγκρότηση της δημόσιας σφαίρας και το είδος των ζητημάτων που προκύπτουν για την επικοινωνία στον 21ο αιώνα.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • κατανοήσουν σε βάθος τις έννοιες της δημοκρατίας (ως ιδέας και ως πολιτεύματος) και της δημόσιας σφαίρας • επισημάνουν και αξιολογήσουν τις δυσλειτουργίες των σύγχρονων δημοκρατικών πολιτευμάτων • καλλιεργήσουν την κριτική τους ικανότητα σχετικά με τα διακυβεύματα που κυριαρχούν στη δημόσια σφαίρα
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία • Άσκηση κριτικής σκέψης • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η Αθηναϊκή Δημοκρατία του 5^{ου} π. Χ. αιώνα
- Η αντιπροσωπευτική δημοκρατία στη νεωτερικότητα
- Μοντέλα δημοκρατίας
- Δημοκρατία και παγκοσμιοποίηση
- Δημοκρατία και μεταδημοκρατία
- Η έννοια της δημόσιας σφαίρας
- Κοινωνικά δίκτυα, fake news και εναλλακτικές αλήθειες
- Δημοψηφίσματα, συμμετοχική δημοκρατία και ηλεκτρονική διακυβέρνηση: ευκαιρίες και προβλήματα
- Ευρωπαϊκός δημόσιος χώρος και προϋποθέσεις διαμόρφωσης ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	15
	Εργασία	15
	Αυτοτελής Μελέτη	31
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Held, D. (1995), Μοντέλα Δημοκρατίας, Στάχυ, Αθήνα.
- Crouch C. (2006), Μεταδημοκρατία, Εκκρεμές
- Μανιτάκης, Α. (2011), Η Δημοκρατία μεταξύ Ουτοπίας και Πραγματικότητας, Σαββάλας, Αθήνα.
- Μακουεηλ Ν. (2001), «Μαζικά Μέσα και Δημόσιο Συμφέρον», στο Curran J., Gurevitch M. (eds.), ΜΜΕ και Κοινωνία (σελ. 103-122), Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.
- Κάραν Τ. (2001) «Μαζικά Μέσα και Δημοκρατία» στο Curran J. Gurevitch M. (eds.), ΜΜΕ και Κοινωνία (σελ. 123-175), Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.
- Παρούσης Μ.(2005), Διαβουλευτική Δημοκρατία και Επικοινωνιακή Ηθική, Ινδικτος, Αθήνα, σελ. 59-78.
- Christakis, Nicholas και James Fowler (2010). Συνδεδεμένοι: Η εκπληκτική δύναμη των κοινωνικών δικτύων και πώς αυτά διαμορφώνουν τη ζωή μας. Αθήνα: Κάτοπτρο
- Jenkins, Henry and Thornburn, David (eds), Democracy and New Media, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2003.
- Lamy M-R. *Ξανασκεφτόμαστε τη Δημοκρατία*, Πατάκη, 2004

- Ρόμπερτς-Μίλερ Πατρίτσια, Δημαγωγία και Δημοκρατία (μτφρ. Σέβυ Σπυριδογιαννάκη, εκδ. Ψυχογιός)
- Σάσεν Σ. Κοινωνιολογία της Παγκοσμιοποίησης , Μεταίχμιο, 2009
- Fishkin, James, S. & Laslett, Peter(eds) Debating Deliberative Democracy, Malden, MA, USA, Oxford, UK, Victoria, Australia: Blackwell Publishing, 2003
- Schmidt M (2004), Θεωρίες της Δημοκρατίας, εκδόσεις Σαββάλα.
- Schmidt, Eric και Jared Cohen (2014). Η νέα ψηφιακή εποχή: Οι επιπτώσεις στα Έθνη, την Επιχειρηματικότητα και τη Ζωή μας. Αθήνα:Διάυλος.
- Habermas, J. (1990), Κείμενα Γνωσιθεωρίας και Κοινωνικής Κριτικής, Πλέθρον, Αθήνα.
- De Romilly, J. *Η έξαρση της Δημοκρατίας στην αρχαία Αθήνα*, Το άστυ 2006
- Ελματζόγλου Ι. (2009), Δημιουργώντας την Ευρωπαϊκή Δημόσια Σφαίρα» Διεθνής και Ευρωπαϊκή Πολιτική, Τομ. 16, σελ. 131-139.
- Cartledge, P. (2016), Democracy. A life, Oxford University Press
- Nye J. (2005), Ήπια Ισχύς, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2011), Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21^ο Αιώνα, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Ζώρας, Κ., Παναγιωταρέα, Α., Ποταμιάνος, Δ. και Σπουρδαλάκη, Μ. (2011), Δημοκρατία και ΜΜΕ, Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη, Αθήνα.
- Κοντοχρήστου, Μ. (2007), Ταυτότητες και ΜΜΕ στη Σύγχρονη Ελλάδα, Εκδόσεις Παπαζήση.
- Aveline, J. (2007), “Brand Europe” –Where Next, Place Branding and Public Diplomacy, Vol. 3, No. 2, pp. 115-119.
- Koopmans, R., & Erbe, J. (2004), Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanized Political Communication, Innovation: The European Journal of Social Science Research, Vol. 17, No. 2, pp. 97-118
- Gutmann, Amy & Thompson, Dennis “Deliberative Democracy Beyond Process” στο Fishkin, James, S. & Laslett, Peter (2003) (eds) Debating Deliberative Democracy, Malden, MA, USA, Oxford, UK, Victoria, Australia:Blackwell Publishing, σελ. 31-52, 2003
- Dahlgren, Peter& Olsson, Tobias “From Public sphere to Civic Culture: Young Citizens’ Internet Use” στο Butsch, Richard (ed) 2008 Media and Public Spheres. Houndsmills: Palgrave, Macmillan σελ. 198-210.

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΩΝ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5294	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΩΝ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	

	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Το μάθημα αποτελεί μια εισαγωγή στα τρισδιάστατα γραφικά.</p> <p>Στα πλαίσια του μαθήματος αρχικά οι φοιτητές θα διδαχθούν την θεωρία των τρισδιάστατων γραφικών με έμφαση στις τεχνικές δημιουργίας 3D προοπτικής.</p> <p>Στην συνέχεια θα διδαχθούν θέματα που αφορούν την αποτύπωση τρισδιάστατων αντικειμένων, και πιο συγκεκριμένα τους τρόπους και το υλικό για να επιτευχθεί 3D σάρωση (π.χ. με σαρωτή, με φωτογραφίες κτλ). Επισημαίνεται πως το Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων διαθέτει εξοπλισμό 3D σάρωσης.</p> <p>Επίσης στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά μοντελοποίησης και δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών. Τα λογισμικά αυτά σήμερα είναι εμπορικά (π.χ. Maya, 3D cinema) και ανοιχτού κώδικα (Blender). Οι φοιτητές επίσης θα πραγματοποιήσουν σειρά εργαστηριακών ασκήσεων και projects δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών.</p> <p>Επίσης οι φοιτητές θα κατανοήσουν τον ρόλο των τρισδιάστατων γραφικών σε μια σειρά από εφαρμογές όπως διαδραστικά πολυμέσα, εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, 3D games, 3D ταινίες κ.α.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να γνωρίζει, να συγκρίνει και να αξιολογεί τους διάφορους τρόπους 3D σάρωσης και τις διαθέσιμες τεχνολογίες 3D σάρωσης σήμερα (σάρωση μικρών και μεγάλων αντικειμένων, σάρωση χώρων και γεω-τοποθεσιών). • Να δημιουργεί τρισδιάστατα γραφικά μέσα από 3D σάρωση. • Να γνωρίζει τις διαθέσιμες τεχνολογίες και λογισμικά για βελτιστοποίηση του αποτελέσματος της σάρωσης (προσθήκη υφής, διόρθωση ατελειών κτλ) • Να γνωρίζει, να συγκρίνει και να αξιολογεί τα διάφορα λογισμικά δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών (αντικειμένων, εικονικών κόσμων κτλ) • Να δημιουργεί τρισδιάστατα γραφικά με την χρήση λογισμικών, εμπορικών (π.χ. Maya, 3D cinema, 3D studio max) η ανοιχτού κώδικα (Blender, SketchUp).

- Να γνωρίζει τα πεδία εφαρμογής των τρισδιάστατων γραφικών (εικονικοί κόσμοι, επαυξημένη πραγματικότητα, διαδραστικές εφαρμογές στην επικοινωνία)
- Να κρίνει και να επιλέγει τις τεχνολογίες ανάπτυξης 3D γραφικών που μπορούν να βοηθήσουν στην επικοινωνία (π.χ. μάρκετινγκ προϊόντων, ανάδειξη μουσειακών χώρων, τρισδιάστατη απεικόνιση πολιτισμικού περιεχομένου κτλ)
- Να έχει το γνωστικό υπόβαθρο ώστε να παρακολουθεί και να προσαρμόζεται στις εξελίξεις της τεχνολογίας των 3D γραφικών.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η εξέλιξη των Τεχνολογιών μοντελοποίησης και δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών
- Θεωρία τρισδιάστατων γραφικών, δημιουργία και τροποποίηση τρισδιάστατων γεωμετρικών σχημάτων, rendering και χαρτογράφηση επιφανειών (image mapping)
- Τεχνολογίες και εξοπλισμός 3D σάρωσης
- Τεχνικές 3D σάρωσης με την χρήση φωτογραφικής μηχανής και κατάλληλου λογισμικού
- Λογισμικά μοντελοποίησης και δημιουργίας 3D γραφικών.
- Πραγματοποίηση εργαστηριακών ασκήσεων και ολοκληρωμένων εργασιών με τη χρήση λογισμικών μοντελοποίησης-δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών (Maya, 3D cinema, Blender, Sketchup)
- Πεδία εφαρμογής 3D γραφικών. Τα 3D γραφικά στα διαδραστικά πολυμέσα, στην εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, στο 3D βίντεο.
- Πεδία εφαρμογής 3D γραφικών στην επικοινωνία (διαφήμιση –προώθηση, πληροφόρηση εκπαίδευση)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Υλικό και εξοπλισμός 3D σάρωσης</p> <p>Λογισμικό μοντελοποίησης και δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)</p>

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	14
	Εργαστηριακές ασκήσεις	21
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	19
	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%)</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- 3DS MAX 2012: Ο ΦΩΤΟΡΕΑΛΙΣΜΟΣ ΓΡΗΓΟΡΑ ΚΑΙ ΑΠΛΑ, ΜΑΡΓΑΡΙΤΑ ΝΙΚΗΤΑ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- 3D Studio Max 3 βήμα προς βήμα Todd Peterson, Michael , Εκδόσεις Γκιούρδας
- Κορδώνιας, Βασίλης , Δημιουργία μοντέλων 3D, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2007
- Beginning Blender [electronic resource], Lance Flavell, 2010, Εκδόσεις Apress, HEAL-Link Springer ebooks
- 3D Visual Communications [electronic resource], SU, 2013, Εκδόσεις Wiley, HEAL-Link Wiley ebooks

ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 5304	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ		

ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	4
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Κατόπιν συνεννόησης με τον διδάσκοντα		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - θα έχουν αναπτύξει την ικανότητα επικοινωνίας σε διαφορετικές επικοινωνιακές συνθήκες σε ψηφιακό περιβάλλον, - θα μπορούν να δημιουργήσουν πολυτροπικό περιεχόμενο σε ψηφιακά μέσα, - θα μπορούν να αξιολογήσουν το περιεχόμενο αυτό, - θα αναπτύξουν ψηφιακές δεξιότητες, - θα μπορούν να κατασκευάσουν ένα ψηφιακό περιβάλλον, - θα έχουν την ικανότητα να συγκεντρώνουν και να ερμηνεύουν συναφή στοιχεία εντός του γνωστικού τους πεδίου για να διαμορφώνουν κρίσεις που περιλαμβάνουν προβληματισμό σε συναφή επιστημονικά ζητήματα, - θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, απαραίτητες για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας, - θα είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών - Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις - Αυτόνομη εργασία - Ομαδική εργασία - Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον - Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής - Λήψη αποφάσεων

- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Το μάθημα αυτό αποσκοπεί στην ανάπτυξη της ικανότητας πρόσβασης των φοιτητών/τριών στα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία, στην κατανόηση και κριτική αξιολόγηση διαφόρων πτυχών των μέσων αυτών και του περιεχομένου τους, καθώς και στην παραγωγή περιεχομένου σε ψηφιακά περιβάλλοντα τα οποία θα δημιουργήσουν οι ίδιοι/ες. Συνοπτικά, θα αναπτυχθούν οι ακόλουθες ενότητες:

- Κατηγορίες ψηφιακών μέσων, περιγραφή ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, πρόσβαση.
- Κριτική ανάλυση μηνυμάτων σε ψηφιακά μέσα.
- Κατανόηση και παραγωγή διαφορετικών κειμενικών ειδών ανάλογα με το ψηφιακό μέσο και την επικοινωνιακή περίσταση.
- Εργαλεία παραγωγής πολυτροπικών κειμένων.
- Δημιουργία ψηφιακού περιβάλλοντος: χρήση εργαλείων και κατασκευή ψηφιακού περιβάλλοντος (π.χ. ιστοσελίδας).
- Σχεδιασμός και παραγωγή κατάλληλου περιεχομένου για το παραπάνω ψηφιακό περιβάλλον: δομή περιεχομένου, συγγραφή κειμένων, κριτήρια επιλογής γραμματοσειρών, αναζήτηση και επιλογή εικόνων και εικονιδίων, δημιουργία και επεξεργασία οπτικού υλικού, κ.λπ.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτυακών πηγών για υποστήριξη και εμπλουτισμό της διδασκαλίας. Χρήση ηλεκτρονικών εργαλείων. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη διδακτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	31
	Αυτόνομη Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος	100
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής 	

	<p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>
--	---

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> - Δουλκέρη Τ., 2014, <i>Από την τηλεόραση στα νέα μέσα επικοινωνίας και ελληνική κοινωνία: συλλογικός τόμος</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 41958240) - Kress G. & Van Leeuwen T., 2010, <i>Η ανάγνωση των εικόνων: η γραμματική του οπτικού σχεδιασμού</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 58637) - Garrett J.J., 2011, <i>Βασικά στοιχεία της εμπειρίας του χρήστη: σχεδίαση ιστοτόπων με ανθρωποκεντρικά κριτήρια</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12533833) - Γούτσος Δ., Γεωργακοπούλου Α., 2011, <i>Κείμενο και Επικοινωνία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12797194) - Γούτσος Δ., 2012, <i>Γλώσσα – Κείμενο, Ποικιλία, Σύστημα</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22712315) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2015, <i>Ελληνική Γλώσσα και Προφορική Επικοινωνία</i>, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 59372622) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2008, <i>Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης</i>, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών. (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3252) - Κλαίρης Χ. – Μπαμπινιώτης Γ., 2011, <i>Συνοπτική Γραμματική της Νέας Ελληνικής</i>, Εκδόσεις: Κέντρο Λεξικολογίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12983310) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2018, <i>Ερωτήσεις-απαντήσεις στην προφορική επικοινωνία</i>, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 77107188) - Miller, G., 1951, <i>Language and Communication</i>, New York, NY: McGraw-Hill. - Mackridge P., Φιλιππάκη-Warburton E., 2007, <i>Βασική γραμματική της σύγχρονης ελληνικής γλώσσας</i>, Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21399)
--

Γ6. Μαθήματα 6ου Εξαμήνου

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΙΝΟΥΜΕΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (Animation)

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6114	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΙΝΟΥΜΕΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (Animation)		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	<i>Σύνολο</i>	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος να πραγματοποιήσει αρχικά μια ιστορική επισκόπηση στην εξέλιξη του κινούμενου σχεδίου, και στην συνέχεια να εισάγει τον φοιτητή στα είδη και στις διάφορες τεχνικές δημιουργίας 2D κινούμενου σχεδίου και τα βασικά χαρακτηριστικά των ταινιών κινούμενου σχεδίου. Στα πλαίσια του μαθήματος θα αναλυθούν επίσης περιπτωσιολογικές μελέτες καλής χρήσης κινούμενου σχεδίου στην επικοινωνία (διαφήμιση, πληροφόρηση, εκπαίδευση). Οι φοιτητές επίσης θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας δισδιάστατου κινούμενου σχεδίου και παραγωγής οπτικών εφέ μέσω εργαστηριακών ασκήσεων και υλοποίησης ολοκληρωμένων εργασιών. Τα λογισμικά αυτά είναι εμπορικά (After effects, Adobe Animate) η ανοιχτού κώδικα (Synfig).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοεί και να συγκρίνει τα διάφορα είδη animation, τις βασικές αρχές δημιουργίας τους άλλα και τις προχωρημένες τεχνικές που χρησιμοποιούνται στην διαδικασία παραγωγής.
2. Να αξιολογεί και να προτείνει το κατάλληλο τύπο κινούμενου σχεδίου για την μετάδοση στοχευμένων μηνυμάτων για επικοινωνιακούς σκοπούς (προώθηση, ενημέρωση και ευαισθητοποίηση, εκπαίδευση).
3. Να αξιολογεί και να επιλέγει τα κατάλληλα λογισμικά και τις κατάλληλες τεχνικές για την δημιουργία του επιθυμητού κινούμενου σχεδίου.

4. Να συνδυάζει λογισμικά παραγωγής animation και οπτικών εφέ συνδυαστικά με λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών τα οποία διδάχθηκαν σε προηγούμενα έτη.
5. Να δημιουργεί διάφορους τύπους 2D animation (cel animation, keyframe animation) χρησιμοποιώντας κατάλληλα λογισμικά
6. Να προσαρμόζεται στις εξελίξεις του τομέα της δημιουργίας κινούμενου σχεδίου.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορία εξέλιξης του κινούμενου σχεδίου
- Ο ρόλος του κινούμενου σχεδίου στην επικοινωνία
- Οι τεχνικές animation (Pixillation, κινούμενες κούκλες, animation με πλαστελίνη, Cartoon animation κ.α.)
- Animation στον υπολογιστή. Τύποι του υπολογιστικού 2D κινούμενου σχεδίου (cel animation, path based animation)
- Τεχνικές δημιουργίας κινούμενου σχεδίου στον υπολογιστή όπως key framing, rigging, καταγραφή κίνησης, παραμόρφωση (morphing, warping), προσομείωση, κ.α.)
- Λογισμικά (εμπορικά & ανοιχτού κώδικα) δημιουργίας 2D κινούμενου σχεδίου (Adobe After Effects, Animate και Synfig, Blender)
- Online λογισμικά γρήγορης παραγωγής animation.
- Δημιουργία 2D animation κινούμενου σχεδίου (και animated gif) χρησιμοποιώντας κατάλληλα λογισμικά πακέτα άλλα και λογισμικά δημιουργίας διανυσματικών γραφικών που έχουν διδαχθεί σε προηγούμενα εξάμηνα

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά παραγωγής κινούμενου σχεδίου (π.χ. Adobe animate, After Effects, Synfig)	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24

	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Frame by Frame. Athens, ΕΛΕΝΗ ΜΟΥΡΗ., Nexus Publications S.A., 2009
- Adobe After Effects CC Βήμα προς Βήμα Έκδοση 2019, Brie Gyncild, Lisa Fridsma, Εκδόσεις Γκιούρδα
- Ιστορία και αισθητική του κινούμενου σχεδίου, Γιάννης Βασιλειάδης 2006, εκδόσεις Αιγόκερως
- Producing Animation, Zahra, Dowlatabadi, Catherine, Winder, 2011
- A Guide to Computer Animation, Marcia, Kuperberg,

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Αντικείμενο του μαθήματος αποτελεί η μελέτη της ψηφιακής ωρίμανσης των εθνικών και ευρωπαϊκών δημοσίων φορέων, οργανισμών και υπηρεσιών σε όρους ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και ηλεκτρονικής Δημοκρατίας καθώς και η μελέτη της χρήσης των νέων τεχνολογιών για Πολιτικές Εκστρατείες. Πιο συγκεκριμένα σκοπός είναι η μελέτη για: (α) τις απαιτήσεις σε οργανωτικές αλλαγές, (β) τη μελέτη και αξιολόγηση ψηφιακών εφαρμογών για την αύξηση της συμμετοχικότητας των πολιτών, (γ) τη μελέτη και αξιολόγηση της διαφάνειας στη λήψη αποφάσεων και της συνεργατικότητας σε επίπεδο διακυβέρνησης, (δ) τη βελτίωση της παροχής υπηρεσιών προς τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, και (ε) τη διεθνή, ευρωπαϊκή και εθνική πολιτική στην ανάπτυξη του δημοσίου τομέα σε όρους ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (στ) τις πολιτικές εκστρατείες στο διαδίκτυο σε διεθνές και εθνικό επίπεδο καθώς και σε περιόδους προεκλογικές ή κοινοβουλευτικής δράσης.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής/τρια θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- Γνωρίζει με ποιους τρόπους το διαδίκτυο έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο η κυβέρνηση και επιμέρους δημόσιοι φορείς επικοινωνούν με τους πολίτες
- Παρουσιάζει τις βασικές λειτουργίες της δημόσιας διοίκησης και τον ανασχεδιασμό των διοικητικών διαδικασιών και τον τρόπο που το διαδίκτυο έχει μεταμορφώσει και ενισχύσει τη δημοκρατική διαδικασία
- Εκτιμά τα οφέλη της ψηφιακής ωρίμανσης στη βελτίωση των δημοσίων υπηρεσιών και της ανάπτυξης υπηρεσιών μιας στάσης προς τον πολίτη και τις επιχειρήσεις
- Γνωρίζει τα στάνταρντ διαλειτουργικότητας και να εξηγεί τα μοντέλα διαλειτουργικότητας σε εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο
- Εξηγεί τι σημαίνει διαχείριση γνώσης και ηλεκτρονική διακυβέρνηση, ηλεκτρονική δημοκρατία (e-democracy), ηλεκτρονική συμμετοχή (e-participation), ηλεκτρονική ψηφοφορία (e-voting), και ηλεκτρονική διαβούλευση (e-public consultation)
- Αξιολογεί ηλεκτρονικές υπηρεσίες και την αξιοποίηση ψηφιακών μέσων κυβερνητικών οργανισμών και φορέων
- Συγκρίνει και να αντιπαραβάλει μέσα από μελέτες περιπτώσεων προγράμματα και εφαρμογές ηλεκτρονικής διακυβέρνησης
- Να γνωρίζει το πλαίσιο της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Σχεδιάζει και να υλοποιεί Πολιτικές Εκστρατείες στο Διαδίκτυο

Γενικές Ικανότητες

- Άσκηση κριτικής
- Ομαδική εργασία
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ευρωπαϊκή και Εθνική στρατηγικής ηλεκτρονικής διακυβέρνησης
- Επίπεδα ωριμότητας της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης
- Παράγοντες επιτυχούς μετάβασης στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση
- Διεθνή κριτήρια αξιολόγησης ψηφιακής ωριμότητας δημοσίου τομέα και υπηρεσιών

<ul style="list-style-type: none"> - Κίνδυνοι ασφάλειας και παραβίασης της ιδιωτικότητας μέσα από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης - Περιεχόμενο και κριτήρια αξιολόγησης του Δείκτη Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης (EGDI) - Διαλειτουργικότητα, διαφάνεια και ανοιχτά δεδομένα στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση - Μέθοδοι ανάπτυξης διαλειτουργικών μοντέλων - Εθνική πολιτική για τα ανοιχτά δεδομένα - Τύποι ανοιχτών δημοσίων δεδομένων και διαφάνεια - Ηλεκτρονική συμμετοχή των πολιτών στη λήψη αποφάσεων (E-participation, e-voting, e-public consultation) - Πληροφοριακές υποδομές του ελληνικού δημόσιου τομέα (Δίκτυο δημόσιου τομέα και κεντρικές υπολογιστικές υποδομές) - Κυβερνητικές ηλεκτρονικές υπηρεσίες - Μελέτες Περιπτώσεων Πολιτικών Εκστρατειών στο Διαδίκτυο
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Σχεδίαση Εργασίας	13
	Εκπόνηση Εργασίας	36
	Αυτοτελής Μελέτη	37
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής Ερωτήσεις σύντομης απάντησης II. Εργασία (30%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- M.Z. Sobaci (2016) Social Media and Local Governments, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 75492622
- B. Patrut, M. Patrut (2014) Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 73254738
- Gohar F. Khan (2017) Social Media for Government, Springer Singapore, Κωδικός Εύδοξος 75492623
- S. Nepal, C. Paris, D. Georgakopoulos (2015). Social Media for Government Services, Springer International Publishing, Κωδικός Εύδοξος 73266705
- Bertot, J., Jaeger, P.T., Grimes J.M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies, *Government Information Quarterly*, Vol 27(3), pp. 264-271.
- Costopoulou, C., Ntaliani, M., Karetzos, S., Tambouris, E. & Tarabanis, K. (2011). Towards Electronic and Mobile Government Service Provision for Agriculture, in Zacharoula Andreopoulou, Basil Manos, Nico Polman, Davide Viaggi (eds), *Agricultural and Environmental Informatics, Governance and Management: Emerging Research Applications*, IGI-Global, USA, pp 262-286
- El-Qawasmeh, E. (2011). Assessment of the Jordanian E-Government: An Empirical Study, *Journal of Emerging Trends in Engineering and Applied Sciences (JETEAS)*, 2 (4): 594-600.

- Hujran, O., Debei, M., Chatfield, A., Migdadi, M. (2015). The imperative of influencing citizen attitude toward e-government adoption and use. *Computers in Human Behavior*, 53:189-203.
- Lee, B.L., Porumbescu, G. (2019). Engendering inclusive e-government use through citizen IT training programs, *Government Information Quarterly*, 36(1): 69-76.
- Mergel, I. (2012): *Social Media in the Public Sector: Participation, Collaboration, and Transparency in a Networked World*, Jossey-Bass/Wiley, San Francisco, CA.
- Mergel, I. & Greeves, W. (2012). *Social Media in the Public Sector Field Guide: Designing and Implementing Strategies and Policies*, Jossey-Bass/Wiley, San Francisco, CA.
- Mergel, I. (2011). *Using Wikis in Government: A Guide for Public Managers*, IBM – The Center for the Business Government
<http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/Using%20Wikis%20in%20Government.pdf>
- Ntaliani, M., Costopoulou, C., Karetzos, S., Tambouris, E., Tarabanis, K. (2009). Agricultural e-government services: An implementation framework and case study, *Computers and Electronics in Agriculture*, Vol 7, Issue 2, pp. 337- 347.
- Putra, D., Azmi Jasmi, K., Basiron, B., Huda, M., Maselena, A., Shankar, K., Aminudin, N. (2018). Tactical steps for e-government development. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(15): 2231-2258.
- Rana, N., Dwivedi, Y. (2015). Citizen's adoption of an e-government system: Validation extended social cognitive theory (SCT). *Government Information Quarterly*, 32(2): 172-181.
- Janssen, M., Rana, N., Slade, E. & Dwivedi, Y. (2017). Trustworthiness of digital government services: deriving a comprehensive theory through interpretive structural modelling, *Public Management Review*, 20(5): 647-671.
- Yannas, P. & Lappas, G. (2013). E-Government and E-Democracy in Local Greek Government. In Gouliamos, K, Theoharous, A., Newman P. (eds) *Political Marketing: Strategic Campaign Culture*, Routledge Taylor and Francis
- Yannas, P. & Lappas, G. (2010). Evaluating Local E-Government: A Comparative Study of Greek Prefecture Websites. In Safeullah Soomro (Ed.), *E-learning experiences and future*, ISBN: 978-953-307-092-6, INTECH
- Venkatesh, V., Thong, J., Chan, F., Hu, P (2016). Managing citizens' uncertainty in e-government services: The mediating and moderating roles of transparency and trust. *Information Systems Research*, 27(1) <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0612>
- Γενική Γραμματεία Ψηφιακής Πολιτικής (2016). *Εθνική Ψηφιακή Στρατηγική 2016-2021*. Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης.
- Γεωργιάδου Ε., Τριανταφύλλου Ευ., Οικονομίδης Αν. (2010). *e - Οικονομία-Εμπόριο-Μάρκετινγκ-Διακυβέρνηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2016). *Σχέδιο δράσης της ΕΕ για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση 2016-2020. Επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού της διακυβέρνησης*. Βρυξέλες 19.4.2016. COM(2016) 179 final.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2019). *Δείκτης ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας (DESI)*.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2017). *Έκθεση ψηφιακής προόδου της Ευρώπης (EDPR) για το 2017*.
- Παρασκευάς, Μ., Ασημακόπουλος, Γ., Τριανταφύλλου, Β. (2015). *Κοινωνία της πληροφορίας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/378>
- Πομπόρτσας Α. (2006) *Εισαγωγή στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση (E-government)*, Εκδόσεις Τζιόλα

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Information Technology and Politics, Taylor and Francis
- Government Information Quarterly, Elsevier
- Journal of E-Governance, IOS Press
- EGOV Conference Proceedings

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6215	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Οι φοιτήτριες/ες έρχονται σε επαφή με την οπτική της ανθρωπολογίας της επικοινωνίας και γνωρίζουν την ελληνική και διεθνή πραγματικότητα σε σχέση με τα ζητήματα που περιγράφονται στο περιεχόμενο του μαθήματος.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια μαθαίνει να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εξετάζει το θέμα της 'γλώσσας' από τη σκοπιά του ανθρώπου και να αντιλαμβάνεται τη σχέση μεταξύ γλώσσας και πολιτισμού • Προσεγγίζει ζητήματα που αφορούν στη μελέτη των λαών χωρίς γραφή • Γνωρίζει την αρχή της 'πολιτισμικής σχετικότητας' σε σχέση με τις κουλτούρες και τις γλώσσες • Αντιλαμβάνεται τις ποικίλες σχέσεις εξουσίας όπως εκφράζονται μέσα από τη γλώσσα • Καθώς επίσης και τη σχέση γλώσσας και ιδεολογίας.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Εργασία σε διεθνές περιβάλλον • Διεύρυνση σκέψης σε σχέση με βασικές έννοιες στο πεδίο της ανθρωπολογίας της γλώσσας και της επικοινωνίας.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό αποτελεί εισαγωγή σε βασικές έννοιες και προσεγγίσεις στη μελέτη της σχέσης μεταξύ γλώσσας και επικοινωνίας. Μέσα από εθνογραφικά παραδείγματα, οι φοιτητές/τριες θα αντιληφθούν την αλληλεπίδραση της γλώσσας με κοινωνικούς παράγοντες όπως η τάξη, το φύλο, η εθνικότητα, η εθνοτικότητα, η ηλικία κ.ά., συμπεριλαμβανομένου και του τρόπου με τον οποίο η γλώσσα ποικίλλει και αλλάζει αντανακλώντας το εκάστοτε πολιτισμικό πλαίσιο.

Συγκεκριμένα το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

Εισαγωγή στην Ανθρωπολογία της Γλώσσας

- Στόχος της Ανθρωπολογίας της Γλώσσας
- Γλώσσα και Ανθρωπολογική προβληματική
- Η μελέτη των σχέσεων γλώσσας και πολιτισμού
- Η εξέταση της γλώσσας από τη σκοπιά του ανθρώπου
- Μελέτη των γλωσσών των λαών χωρίς γραφή
- Γλώσσες και κατηγορίες
- Γνωστική Ανθρωπολογία και Εθνοσημασιολογία
- Η αρχή της 'Σχετικότητας'
- Γαλλικός 'Στρουκτουραλισμός'
- Βρετανικός 'Δομολειτουργισμός'

Εθνογραφία της Επικοινωνίας ή Εθνογραφική προσέγγιση της ομιλίας

- Πότε εμφανίζεται, από ποιους υποστηρίζεται και τι εξετάζει
- Κανόνες που διέπουν την ομιλία
- Τρόποι ομιλίας
- Τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας και μηχανισμοί παραγωγής της
- Γλωσσολογία της Πράξης
- Εθνογραφικά παραδείγματα

Γνωστική Ανθρωπολογία ή Εθνοσημασιολογία ή Εθνοεπιστήμη

- Επικοινωνιακή ικανότητα
- Διάσπαση της επικοινωνιακής γνώσης
- Γενετική Μετασχηματιστική Γραμματική
- Αναλυτικά εργαλεία της Εθνογραφικής Μελέτης της Γλώσσας ως Ομιλίας
- Αναλυτικές έννοιες του Hymes
- Επικοινωνιακές Περιστάσεις, Επικοινωνιακά Επεισόδια και Επικοινωνιακές Πράξεις
- Εθνογραφικά παραδείγματα

Γλώσσα και Ιδεολογία

- Σχέση Γλώσσας και Ιδεολογίας
- Γλωσσική Ανθρωπολογία και Ιδεολογία
- Γλωσσική Ιδεολογία και Εθνογραφική Μαρτυρία
- Γλωσσική μετακίνηση/μετατόπιση
- Εθνοκεντρικός λόγος
- Ρατσιστικός λόγος
- Έμφυλος λόγος
- Εθνογραφικά παραδείγματα

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	86
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύνοψης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης Ή II. Εργασία (100%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Τσιτσιπής, Λ. (1998). *Εισαγωγή στην Ανθρωπολογία της Γλώσσας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Μιχαήλ, Δ. (2003). *Κόσμοι που χάνονται*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αντ. Σταμούλη.
- Α. Φραγκουδάκη, *Γλώσσα και ιδεολογία*, εκδ. Οδυσσέας, Αθήνα 1987, σελ. 154-179.
- CHOMSKY Noam. (1997). Πολιτικός Λόγος και Προπαγάνδα. Αθήνα: Ελευθεριακή Κουλτούρα
- Silverstein, Michael. "Shifters, linguistic categories, and cultural description," in *Meaning in Anthropology*, ed. H. Selby and K. Basso, pp 11-55.
- Kockelman, Paul. (2007) "Agency: The Relation between Meaning, Power, and Knowledge," *Current Anthropology* Vol 48(3).
- Duranti, Alessandro. (1992) "Intentions, self and responsibility: An essay in Samoan ethnopragmatics," in J Hill and J Irvine (eds), *Responsibility and evidence in oral discourse*, pp 24-47.
- Hobsbawm, Eric. (1996). Language, culture, and national identity. *Social Research* 63 (4).
- Jakobson, Roman. (1990). "The Speech Event and the Functions of Language," in Linda R. Waugh and Monique Monville-Burston eds. *On language*, HUP, 69-79.
- Hymes, Dell. (1962). "The Ethnography of Speaking," pp 248-281.
- Whorf, B. (1936). "The relation of habitual thought and behavior to language in *Language thought and reality*, ed. L. Carroll, pp 134-159.

Συναφή Επιστημονικά Περιοδικά: Language and Communication/Interactions: Studies in Communication and Culture/Communication, Culture and Critique/Anthropology and Mass Communication/Media, Culture and Society/ Discourse Studies/ Mass Communication and Society/ Human Communication Research/Cultural Anthropology/Annual Review of Anthropology/Current Anthropology/Human Nature/Cultural Studies/Middle East Journal of Culture and Communication κ.ά.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6225	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Τα μάθημα μελετά το πολιτικό φαινόμενο σε διαφορετικά πολιτισμικά συμφραζόμενα. Συγκεκριμένα παρουσιάζονται και αναλύονται οι τρόποι που ανθρώπινες κοινωνίες σε διαφορετικούς ιστορικούς χρόνους διαχειρίζονται τους διαθέσιμους πόρους και οργανώνουν τις εξουσιαστικές σχέσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην εποχή της νεωτερικότητας και στο πώς λειτουργούσαν πολιτικά διαφορετικές εκδοχές του Δυτικού Πολιτισμού. Για το συγκεκριμένο μάθημα αναγκαία είναι η διεπιστημονική προσέγγιση και η χρησιμοποίηση εννοιολογικών εργαλείων από το χώρο της Ιστορίας, της Πολιτικής Επιστήμης, της Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και της Κοινωνιολογίας.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής θα πρέπει να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. γνωρίζει σε βάθος τις εκδοχές του πολιτικού φαινομένου όπως αυτό προσδιορίζεται ιστορικά και κοινωνικά 2. μπορεί να ορίσει τις έννοιες πολιτισμός και κουλτούρα και να διακρίνει τις διαφορές τους. 3. μπορεί να εξηγήσει την αλληλεπίδραση της πολιτικής με τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και πρακτικές και γενικότερα τις νοοτροπίες και τις αξίες διαφορετικών κοινωνιών 4. κατανοεί το πώς διαφορετικοί πολιτισμοί συνδέονται με συγκεκριμένες πολιτικές πρακτικές (που εμπεριέχουν είτε το συμβιβασμό είτε τη βίαιη σύγκρουση)
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Άσκηση κριτικής σκέψης • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Σεβασμός στη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:
<ul style="list-style-type: none"> • Οι έννοιες του πολιτισμού/κουλτούρας και της πολιτικής

- Το πολιτικό φαινόμενο σε τροφοσυλεκτικές κοινωνίες.
- Η πολιτική οργάνωση των πρώτων οργανωμένων αγροτικών κοινωνιών (Αρχαία Αίγυπτος, Μεσοποταμία κ.α.)
- Η νομοποίηση της κρατικής εξουσίας μέσω της θρησκείας και των θρησκευτικών τελετουργικών
- Από την Αναγέννηση στον Ευρωπαϊκό Διαφωτισμό: Η έλευση της Νεωτερικότητας και η σημασία της
- Πολιτικός φιλελευθερισμός και δημοκρατικά πολιτεύματα
- Η σταδιακή κυριαρχία των εθνικών-κρατών και η ανάδειξη της σημασίας της κοινής γλώσσας για την πολιτική οργάνωση των ανθρώπινων κοινωνιών
- Αποικιοκρατία και Οριενταλισμός
- Οι σχέσεις των δύο φύλων ανάλογα με το πολιτισμικό πλαίσιο και η ανάπτυξη του φεμινιστικού κινήματος

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ		
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	20
	Εργασία	20
	Αυτοτελής Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Heywood A. Εισαγωγή στην Πολιτική, Πόλις, 2006
- Heywood A. Πολιτικές Ιδεολογίες, Επίκεντρο, 2007
- Minogue, K. Πολιτική, Ελληνικά Γράμματα, 2006
- Enzensberger M., Η Πολιτική και Πολιτισμός, Scripta, 2000
- Peter Burke, Τι είναι πολιτισμική ιστορία; Αθήνα:Μεταίχμιο, 2009
- Μιχαήλ, Δ. (2003). Κόσμοι που χάνονται. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αντ. Σταμούλη.
- Stuart Hall και Bram Gieben, Η Διαμόρφωση της νεωτερικότητας
- Lewellen, T.C. (2009). Πολιτική Ανθρωπολογία: Μια εισαγωγή. Αθήνα: Κριτική.
- Thomas Hylland Eriksen (2007). Μικροί τόποι μεγάλα ζητήματα. Εκδόσεις Κριτική.
- Smith Philip, Πολιτισμική Θεωρία, Αθήνα, Κριτική, 2006
- Handington Samuel, Η σύγκρουση των πολιτισμών και ο ανασχηματισμός της παγκόσμιας τάξης, Αθήνα, Τερζόπουλος, 2001
- Βέμπερ Μαξ, Η προτεσταντική ηθική και το πνεύμα του καπιταλισμού, Gutenberg, 2006.
- Μανιτάκης Α. Τι είναι το Κράτος, Σαββάλας, 2007
- P. Smith 2006. Πολιτισμική Θεωρία: Μια Εισαγωγή. Αθήνα: Κριτική
- Α. Αθανασίου (επιμ.) 2006. *Φεμινιστική Θεωρία και Πολιτισμική Κριτική*. Αθήνα: Νήσος
- Finley M. Η πολιτική στον αρχαίο κόσμο, Πανεπ/κές Εκδόσεις Κρήτης, 1996
- Στόκερ Τζ. Η Πολιτική μετράει, Καστανιώτη, 2009
- Geertz, C. (2003). Η Ερμηνεία των Πολιτισμών. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Laqueur Thomas, Κατασκευάζοντας το φύλο, Αθήνα, Πολύτροπον, 2003
- Said W. Edward, Οριενταλισμός, Αθήνα, Νεφέλη, 1996
- Joy Henry (2011). Οι κόσμοι που μοιραζόμαστε: Εισαγωγή στην πολιτισμική και Κοινωνική

ανθρωπολογία, Κριτική.

Συναφή Επιστημονικά Περιοδικά: *History and Anthropology, International Political Anthropology, Political and Legal Anthropology Review, κ.ά.*

ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6235	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Οι σχέσεις με τα μέσα αποτελούν το επίκεντρο της δραστηριότητας στελεχών των δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας επιχειρήσεων και οργανισμών. Τα στελέχη επικοινωνίας αναπτύσσουν και διαχειρίζονται σχέσεις με τα ΜΜΕ για να αυξήσουν τα κανάλια και το περιεχόμενο θετικής δημοσιότητας και να αποτρέψουν ή ελαχιστοποιήσουν τις πιθανότητες αρνητικής δημοσιότητας για τον φορέα τους. Το μεταβαλλόμενο τοπίο των ΜΜΕ και η χρήση των νέων μέσων επηρεάζει τον τρόπο προσέγγισης των διαφόρων ομάδων κοινού. Το μάθημα εξετάζει πως οι αλλαγές στο μιντιακό περιβάλλον επηρεάζουν τη διαχείριση των σχέσεων με τα ΜΜΕ.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν το αναδυόμενο τοπίο στα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
- Συζητούν τις νέες τάσεις στη διαχείριση των σχέσεων με τα ΜΜΕ και τους δημοσιογράφους.
- Κατανοήσουν τη θεωρία οικοδόμησης και καθορισμού ατζέντας των ΜΜΕ και τη θεωρία της πλαisiώσης.
- Διακρίνουν τα νέα εργαλεία διαχείρισης των σχέσεων με τα ΜΜΕ όπως διαμορφώνονται από την επίδραση των νέων τεχνολογιών και των κοινωνικών δικτύων.
- Κατανοήσουν τα ηθικά ζητήματα που ανακύπτουν κατά τη διαχείριση των σχέσεων με τους δημοσιογράφους.

- Σχεδιάζουν προγράμματα διαχείρισης σχέσεων με τα ΜΜΕ ενσωματώνοντας μεθόδους έρευνας και εργαλεία με τη χρήση νέων τεχνολογιών.
- Κρίνουν ως προς την αποτελεσματικότητα προγράμματα και τις ενέργειες διαχείρισης των σχέσεων με τα μέσα (συμβατικά και νέα) .

Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με χρήση νέων τεχνολογιών
- Λήψη Αποφάσεων
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Αυτόνομη και Ομαδική Εργασία
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής, και ηθικής υπευθυνότητας

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ρόλος και Σκοποί των Σχέσεων με τα ΜΜΕ.
- Τι είναι νέα: Οι σχέσεις μεταξύ δημοσιογράφου-στελέχους δημοσίων σχέσεων-επικοινωνίας. Νέες τάσεις στη δημοσιογραφία και τις δημόσιες σχέσεις.
- Θεωρητικές Προσεγγίσεις στις Σχέσεις με τα Μέσα: Θεωρία Οικοδόμησης και Καθορισμού ατζέντας, Πλαισίωση,
- Σχεδιασμός Σχέσεων με τα ΜΜΕ.
- Μέθοδοι έρευνας για τη διαχείριση των Σχέσεων με ΜΜΕ.
- Μορφές ειδήσεων, Τι ζητούν και θέλουν οι δημοσιογράφοι;
- Διαμόρφωση λίστας επαφών με δημοσιογράφους
- Εργαλεία σχέσεων με τα ΜΜΕ στο διαδίκτυο: email news release, online newsrooms, social media release, social media newsroom, newsletter, press kit, online press kit, online news conferences.
- Μέτρηση αποτελεσματικότητας σχεδίου σχέσεων με τα μέσα και αξιολόγηση.
- Ανάλυση περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Ατομικές ή Συνεργατικές Ασκήσεις	12 ώρες
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ή ομαδικών εργασιών	20 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:	

	<ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης <p>II. Ατομικές ή Ομαδικές Εργασίες (20% ή 0%)</p> <p>III. Συμμετοχή σε Ατομικές ή Συνεργατικές Ασκήσεις (20% ή 0%)</p>
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Hendrix J (2008). Δημόσιες Σχέσεις. Μελέτες Περιπτώσεων. Έλλην, Αθήνα.
- Seitel, F. (2018), Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Εφαρμογές, Broken Hill Publishers Ltd.
- Howard, C. and Mathews, W. (2013), On Deadline: Managing Media Relations (5th Edition), Waveland Press Inc.
- Johnston, J. (2013), Media Relations: Issues and Strategies (2nd Edition), Allen and Unwin.
- Newsom, D. and Haynes, J. (2017), Public Relations Writing: Strategies and Structures (11th Edition), Cengage Learning.
- Wilcox, D. and Reber, R. (2014), Public Relations: Writing and Media Techniques, Pearson Education Limited.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Zerfass, A., & Schramm, D. M. (2014). Social Media Newsrooms in public relations: A conceptual framework and corporate practices in three countries. *Public Relations Review*, 40(1), 79-91.
- Bruce, S. (2012). Modern media relations and social media newsrooms. *Share This: The Social Media Handbook for PR Professionals*, 101-111.
- Verčič, A. T., & Colić, V. (2016). Journalists and public relations specialists: A coorientational analysis. *Public Relations Review*, 42(4), 522-529.
- Macnamara, J., Lwin, M., Adi, A., & Zerfass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations Review*, 42(3), 377-385.
- Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenber, M. (2016). The dawn of a new golden age for media relations?: How PR professionals interact with the mass media and use new collaboration practices. *Public relations review*, 42(4), 499-508.
- Alfonso, G. H., & de Valbuena Miguel, R. (2006). Trends in online media relations: Web-based corporate press rooms in leading international companies. *Public Relations Review*, 32(3), 267-275.
- Sissons, H. (2016). Negotiating the News: Interactions behind the curtain of the journalism–public relations relationship. *Journalism Studies*, 17(2), 177-198.
- Jackson, D., & Moloney, K. (2016). Inside churnalism: PR, journalism and power relationships in flux. *Journalism Studies*, 17(6), 763-780.
- Waters, R. D., Tindall, N. T., & Morton, T. S. (2010). Media catching and the journalist–public relations practitioner relationship: How social media are changing the practice of media relations. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 241-264.
- DeLorme D, Fedler F (2003). "Journalists' hostility toward public relations: an historical analysis", *Public Relations Review* 29, 99-124.
- Cheng, Y., Huang, Y. H. C., & Chan, C. M. (2017). Public relations, media coverage, and public opinion in contemporary China: Testing agenda building theory in a social mediated crisis. *Telematics and Informatics*, 34(3), 765-773.
- Bajkiewicz, T. E., Kraus, J. J., & Hong, S. Y. (2011). The impact of newsroom changes and the rise of social media on the practice of media relations. *Public Relations Review*, 37(3), 329-331.
- Kiousis, S., Popescu, C., & Mitrook, M. (2007). Understanding influence on corporate reputation: An examination of public relations efforts, media coverage, public opinion, and financial performance from an agenda-building and agenda-setting perspective. *Journal of Public Relations Research*, 19(2), 147-165.

- Kiouisis, S., Popescu, C., & Mitrook, M. (2007). Understanding influence on corporate reputation: An examination of public relations efforts, media coverage, public opinion, and financial performance from an agenda-building and agenda-setting perspective. *Journal of Public Relations Research*, 19(2), 147-165.
- Carroll, C. E., & McCombs, M. (2003). Agenda-setting effects of business news on the public's images and opinions about major corporations. *Corporate reputation review*, 6(1), 36-46.
- Scheufele, D, Tewksbury(2007).”Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models,”, *Journal of Communication*, 57, 9-20.

ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6245	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα πραγματεύεται την διαμόρφωση της ταυτότητας του ατόμου στον ψηφιακό κόσμο μέσα από την σε βάθος κατανόηση της εμπειρίας του με το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εξετάζονται οι γνωστικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις του χρήστη του διαδικτύου μέσα στο πλαίσιο διαφορετικών μορφών ψηφιακής επικοινωνίας. Τίθενται προβληματισμοί σχετικά με τον τρόπο που το διαδίκτυο διαμεσολαβεί στην αντίληψη του εαυτού αλλά και στις επιπτώσεις της ανωνυμίας του διαδικτύου στην ταυτότητα του ατόμου. Παράλληλα, εξετάζονται ζητήματα όπως η δικτύωση και η διαπολιτισμική επικοινωνία μέσα από το διαδίκτυο, η ηθική, η επιστήμη και η αισθητική στο πλαίσιο του διαδικτύου ενώ εξερευνώνται τα πιθανά(;) όρια μεταξύ της ανθρώπινης και της ψηφιακής ζωής.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Εκτιμήσουν την πολυπλοκότητα και τους αναδυόμενους συσχετισμούς μεταξύ της διαμόρφωσης της ταυτότητας και της εικονικής πραγματικότητας του κυβερνοχώρου
- Αντιληφθούν τις έννοιες του άυλου εαυτού και της εικονικής κοινότητας

- Αξιολογήσουν μέσα από κριτική και δημιουργική σκέψη την αξία των νέων τεχνολογιών, του διαδικτύου και της αυξανόμενης ανάμιξης του ανθρώπου με αυτές στο μέλλον
- Κατανοήσουν τις φιλοσοφικές προεκτάσεις της νέας κουλτούρας του Κυβερνοχώρου
- Αξιολογήσουν κριτικά την σύγχρονη ζωή στον ψηφιακό κόσμο και τις επιπτώσεις της στην τεχνολογία, την ηθική, την αισθητική και την επιστήμη.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Το διαδίκτυο και ο χρήστης
- Κουλτούρα και υποκουλτούρα στο διαδίκτυο
- Ο καταγισμός της πληροφορίας
- Crowd δημιουργία
- Κινήματα πολιτών και διαδίκτυο
- Wiki κουλτούρα
- Μοναξιά και επαφή στον ψηφιακό κόσμο
- Εικονικές κοινότητες
- Η πολιτική του διαδικτύου
- Η γεωγραφία του διαδικτύου

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύνοπτης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών του μαθήματος σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :
- Κοσκινάς, Α. και Μπράιλας Α. (2015), *Η κουλτούρα του διαδικτύου: Η συλλογική αφήγηση μιας δικτυωμένης ζωής*, Έκδοση: Εργαστήριο Δυνητικής Πραγματικότητας Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθήνα
- Κάστελς, Μ. (2005). *Ο γαλαξίας του διαδικτύου: Στοχασμοί για το διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Gordo-Lopez, A. και Parker, I. (2008). *Κυβερνοψυχολογία*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Σπυριδάκης, Μ., Κουτσούκου, Η. και Μαρινοπούλου, Α. (2018). *Κοινωνία του Κυβερνοχώρου*, Εκδόσεις Σιδέρη
- Κοκκώνης, Μ., Μπαντιμαρούδης, Φ. και Πασχαλίδης, Γ. (2010). *Ψηφιακά Μέσα*, Εκδόσεις Κριτική Α.Ε., Αθήνα
- Hanson, M., Lenoir, T. (2006). *New Philosophy for New Media*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Hulet, R. (1998). *Composing Cyberspace: Identity Community and Knowledge in the Electronic Age*. McGraw-Hill, Boston and New York.
- Micah Hester, D., Ford, P. (2000). *Computers and Ethics in Cyberspace* Prentice Hall, New Jersey.
- Johnson, S. (1999). *Interface culture: How new technology transforms the way we create and communicate*. Basic Books, Inc.
- -Συναφή επιστημονικά περιοδικά:
- Stratton, J. (2013). *Cyberspace and the Globalization of Culture*. In *Internet culture* (pp. 253-275). Routledge.
- Olivier, B. (2011). *Facebook, cyberspace, and identity*. *Psychology in Society*, Vol. 41, pp. 40-58.
- Abbasi, A., & Chen, H. (2008). *Writeprints: A stylometric approach to identity-level identification and similarity detection in cyberspace*. *ACM Transactions on Information Systems (TOIS)*, Vol. 26 No.2, p. 7.
- Stokes, C. E. (2007). *Representin' in cyberspace: Sexual scripts, self-definition, and hip hop culture in Black American adolescent girls' home pages*. *Culture, Health & Sexuality*, Vol. 9 No. 2, pp. 169-184.
- Cumberland, S. (2003). *Private uses of cyberspace: Women, desire, and fan culture*. *Rethinking media change: The aesthetics of transition*, pp. 261-279.
- Suler, J. R. (2002). *Identity management in cyberspace*. *Journal of applied psychoanalytic studies*, Vol. 4 No.4, pp. 455-459.
- Mantovani, G., & Spagnolli, A. (2000). *Imagination and culture: what is it like being in the cyberspace?*. *Mind, Culture, and Activity*, No. 7 No. 3, pp. 217-226.
- Slavoj Z. (1997). *Cyberspace, or, the unbearable closure of being*, " *Pretexts: Studies in Writing and Culture*, Vol. 6, No. 1, pp. 53-79.

ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6255	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογήε Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι η μύηση των φοιτητών στο αναδυόμενο ρυθμιστικό πλαίσιο που διέπει τις σχέσεις των ατόμων στο Διαδίκτυο και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Μέσω του μαθήματος οι φοιτητές θα κατανοήσουν βασικά νομικά θέματα που προκύπτουν από τις αλληλεπιδράσεις των ατόμων, των επιχειρήσεων και των οργανισμών στο Διαδίκτυο. Το μάθημα μεταξύ άλλων εστιάζει σε νομικά ζητήματα και ρυθμίσεις σχετικά με την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων και την ανωνυμία, την προστασία των προσωπικών δεδομένων, το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα ηλεκτρονικά έγγραφα, την κατοχύρωση ονομάτων διαδικτυακών τόπων και την προσβασιμότητα ιστοτόπων και εφαρμογών δημοσίου για φορητές συσκευές.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατανοήσουν τις βασικές αρχές δικαίου στο Διαδίκτυο. • Αποφασίζουν με βάση τα νέα νομικά θέματα που ανακύπτουν από τη λειτουργία και χρήση του Διαδικτύου. • Αναλύσουν τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και άλλων κρατών σχετικά με το ρυθμιστικό πλαίσιο του Διαδικτύου. • Διακρίνουν νομικά προβλήματα που αφορούν την προστασία δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. • Να αναφέρουν το ρυθμιστικό πλαίσιο προσβασιμότητας ιστοτόπων και εφαρμογών δημοσίου για φορητές συσκευές.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Λήψη αποφάσεων - Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις - Εργασία σε διεθνές περιβάλλον - Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Βασικές αρχές δικαίου. - Το πρόβλημα της ανωνυμίας των διαδικτυακών τόπων και οι νομικές δυνατότητες υπέρβασής του. - Προστασία δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας στην εποχή Διαδικτύου. - Νομικές ρυθμίσεις για συστήματα προστασίας δεδομένων στο Διαδίκτυο. - Νομικά ζητήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών, εγγράφων και υπογραφών.
--

- Προσβολή της προσωπικότητας στο Διαδίκτυο.
- Εγκυρότητα τεκμηρίων που έχουν νομικές προεκτάσεις και αντλούνται από το Διαδίκτυο.
- Ρυθμίσεις που αφορούν την προστασία των ανηλίκων στο Διαδίκτυο.
- Κανονισμός κατοχύρωσης ονομάτων διαδικτυακών τόπων.
- Κανόνες ηλεκτρονικής συγκατάθεσης.
- Ηλεκτρονική δικαιοσύνη.
- Ρυθμιστικό πλαίσιο προστασίας προσωπικών δεδομένων στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελλάδα.
- Ρυθμιστικό πλαίσιο ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σε επιλεγμένες χώρες και με έμφαση στην Ελλάδα.
- Ρυθμιστικό πλαίσιο προσβασιμότητας ιστοτόπων και εφαρμογών δημοσίου για φορητές συσκευές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Χρήση προβολής διαφάνειας Τεστ επανάληψης/κατανόησης με τη χρήση του Google Forms	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προαιρετική ατομική εργασία	24
	Αυτοτελής Μελέτη	25
	Σύνολο Μαθήματος (με εκπόνηση εργασίας)	75
	Διαλέξεις	26
	Αυτοτελής μελέτη	49
	Σύνολο Μαθήματος (χωρίς εκπόνηση εργασίας)	75
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60%-100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης II. Ατομική εργασία (0%-40%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018). ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ (ΕΕ) 2018/1524 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 11ης Οκτωβρίου 2018 για τον καθορισμό μεθοδολογίας παρακολούθησης και τη θέσπιση ρυθμίσεων σχετικά με την υποβολή εκθέσεων από τα κράτη μέλη σύμφωνα με την οδηγία (ΕΕ) 2016/2102 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προσβασιμότητα των ιστοτόπων και των εφαρμογών για φορητές συσκευές των οργανισμών του δημόσιου τομέα [κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό C(2018) 6560]. 11/10/2018 L256/108. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Akester, P. (2004). Authorship and Authenticity in Cyberspace. *Computer Law & Security Review*, 20(6): 436-444.
- Caudill, E. M., & Murphy, P. E. (2000). Consumer Online Privacy: Legal and Ethical Issues, *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(1): 7-19.
- Chaudri, A. (2008). Internet Domain Names and the Interaction with Intellectual Property. *Computer Law & Security Review*, 23(1): 62-66.

- Finocchiaro, G. (2003). European Law and Consumer Protection in the Information Age. *Information & Communication Technology Law*, 12(2): 111-123.
- Forder, J. (2010). The inadequate legislative response to e-signatures, *Computer Law & Security Review*, 26(4): 418-426.
- Sorge, C. (2014). The legal classification of identity-based signatures. *Computer Law & Security Review*, 30(2): 126-136.
- Sullivan, C., Burger, E. (2017). E-residency and blockchain, *Computer Law & Security Review*, 33(4): 470-481.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6265	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΜΕ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι κατανοήσουν οι φοιτητές τη δομή και λειτουργία του σύγχρονου επικοινωνιακού πεδίου τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και στην Ελλάδα όπως αυτό προέκυψε έπειτα από την παγκοσμιοποίηση και την μεταρρύθμιση των ΜΜΕ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην οργάνωση, τους θεσμούς και το ιδιοκτησιακό καθεστώς που διέπει το ραδιοτηλεοπτικό πεδίο στην Αμερική, Ευρώπη και Ελλάδα με εστίαση στην τηλεόραση

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Αναλύουν το σύγχρονο πεδίο των ΜΜΕ καταδεικνύοντας τις βασικές δυνάμεις και αλλαγές που οδήγησαν στην αναδιάρθρωση του επικοινωνιακού πεδίου σε παγκόσμιο επίπεδο αλλά και στην Ελλάδα.
- Να αξιολογούν τις επιπτώσεις της αναδιάρθρωσης του επικοινωνιακού τοπίου λαμβάνοντας υπόψη και τις αλλαγές που συντελούνται λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και της εμφάνισης του διαδικτύου.

<ul style="list-style-type: none"> • Να συγκρίνουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ραδιοτηλεοπτικών μέσων στην Ελλάδα με άλλες χώρες στην Ευρώπη. • Να κατανοούν το τρίπτυχο, δύναμη, έλεγχος και εξουσία στα ΜΜΕ. • Να ερμηνεύουν το νέο οικοσύστημα των ΜΜΕ υπό το πρίσμα των νέων κοινωνικών μέσων.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Λήψη αποφάσεων • Άσκηση κριτικής • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Δομή και λειτουργία ραδιοτηλεοπτικών μέσων στην Αμερική, Ευρώπη και Ελλάδα - Η παγκοσμιοποίηση και η μεταρρύθμιση (απορρύθμιση) των ΜΜΕ - Η συμβολή της τεχνολογίας και του διαδικτύου στις δομικές αλλαγές των ΜΜΕ. - Το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ - Δύναμη, Έλεγχος και Εξουσία των ΜΜΕ. - Κοινωνικά Μέσα και Επικοινωνιακό Πεδίο. - Τηλεθέαση και Μετρήσεις - Ψηφιακή Τηλεόραση - Δημόσια Τηλεόραση

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2005), Η τηλεόραση στον 21ο αιώνα, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ.

- Curran J. (2005), Μέσα επικοινωνίας και εξουσία, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ.

- Σόρογκας Ε. (2004), Θεωρίες της τηλεθέασης, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ.

- Παναγιωτοπούλου, Ρ. (2004), Η περιφερειακή και τοπική τηλεόραση στην Ελλάδα (2^η έκδοση), ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ.

- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2005), Πολιτική και ΜΜΕ, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ.

- Albarran A. (2004), Η Οικονομία των ΜΜΕ, UNIVERSITY STUDIO PRESS - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΩΝ.

- Napoli, P. (2019), *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*, Columbia University Press

Χαιρετάκης Μ. (2007), Τηλεθέαση, Σ. ΠΑΤΑΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΝΕΜΗΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

- Doyle, G. (2002). *Media ownership: The economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. Sage.

- Hitchens, L. (2006). *Broadcasting pluralism and diversity: A comparative study of policy and regulation*. Bloomsbury Publishing.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Ali, C., & Puppis, M. (2018). *When the watchdog neither barks nor bites: Communication as a power resource in media policy and regulation*. *Communication Theory*, 28(3), 270-291.
- Napoli, P., & Caplan, R. (2017). *Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters*. *First Monday*, 22(5).
- Fengler, S., Eberwein, T., Alsius, S., Baisnée, O., Bichler, K., Dobek-Ostrowska, B., ... & Heikkilä, H. (2015). *How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists*. *European journal of communication*, 30(3), 249-266.
- Flew, T., & Waisbord, S. (2015). *The ongoing significance of national media systems in the context of media globalization*. *Media, Culture & Society*, 37(4), 620-636.
- Foros, Ø., Kind, H. J., & Sjørgard, L. (2015). *Merger policy and regulation in media industries*. In *Handbook of media economics (Vol. 1, pp. 225-264)*. North-Holland.
- Raboy, M., & Padovani, C. (2010). *Mapping global media policy: Concepts, frameworks, methods*. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 150-169.
- Arsenault, A. H., & Castells, M. (2008). *The structure and dynamics of global multi-media business networks*. *International Journal of Communication*, 2, 43.
- Puppis, M. (2010). *Media governance: A new concept for the analysis of media policy and regulation*. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 134-149.
- Harcourt, A. J. (1998). *EU media ownership regulation: conflict over the definition of alternatives*. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 36(3), 369-389.

ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΜΕ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6275	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΜΕ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		

ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αποσκοπεί στην κατανόηση των τρόπων με των οποίων τα παιδιά εκτίθενται, ερμηνεύουν και εν τέλει επηρεάζονται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Εξετάζονται οι πιθανές επιδράσεις της τηλεόρασης, των βιντεοπαιχνιδιών, του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε επιμέρους κρίσιμα ζητήματα όπως η αντίληψη του εαυτού, η διαμόρφωση της έμφυλης ταυτότητας, οι ηθικές και κοινωνικές αξίες, η βία, ο ρατσισμός, η επιθετικότητα, η μάθηση και ο καταναλωτισμός. Αναφορά θα πραγματοποιηθεί στο σύγχρονο τρόπο ζωής, στις μεταλλασσόμενες δομές της σύγχρονης οικογένειας και στις επιπτώσεις τους στον ψυχισμό του παιδιού. Παράλληλα, έμφαση θα δοθεί στην αξιοποίηση των ΜΜΕ σε καινοτόμα και δημιουργικά προγράμματα εκπαίδευσης.

- Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:
- Κατανοήσουν το ρόλο των ΜΜΕ στην σύγχρονη καθημερινή ζωή και την ανάπτυξη των παιδιών
- Αντιληφθούν το ιστορικό, οικονομικό και πολιτισμικό πλαίσιο που διαμόρφωσε την βιομηχανία των παιδικών ΜΜΕ όπως ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, τα κόμιξ, τα βιντεοπαιχνίδια και το ίντερνετ
- Αναγνωρίσουν τις γνωστικές, κοινωνικές και συναισθηματικές πτυχές της παρακολούθησης των ΜΜΕ από τα παιδιά συμπεριλαμβανομένων ζητημάτων όπως η βία, η παραβατικότητα και τα στερεότυπα σε στάσεις και συμπεριφορές
- Εφαρμόσουν κριτική σκέψη προκειμένου να προσδιορίσουν κατάλληλες ερευνητικές μεθόδους όσον αφορά στη χρήση των ΜΜΕ και τη συμπεριφορά των παιδιών
- Συνθέσουν τα χαρακτηριστικά των μέσων και τους εκπαιδευτικούς στόχους προκειμένου να αναπτύξουν κατάλληλα εκπαιδευτικά προγράμματα που αξιοποιούν τα ΜΜΕ

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Προστασία και αυτονομία της παιδικής ηλικίας
- Τα Μέσα στη ζωή των σύγχρονων παιδιών
- ΜΜΕ και δικαιώματα των ανηλίκων
- Παιδί και καταναλωτική κουλτούρα
- Παιδί και διαφήμιση
- ΜΜΕ και ψυχική ανάπτυξη του παιδιού
- Τα ΜΜΕ και η σχέση γονέα-παιδιού
- Η παιδεία στα ΜΜΕ
- Μάθηση και ψηφιακά παιχνίδια
- Ο κινηματογράφος ως εκπαιδευτικό μέσο
- Ανάλυση περιπτώσεων προγραμμάτων εκπαίδευσης στα ΜΜΕ

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών του μαθήματος σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Προτεινόμενη Βιβλιογραφία</i> • Ντάβου, Μ. (2015), <i>Η παιδική ηλικία και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας</i>, Εκδόσεις Παπαζήση • Κούρτη, Ε. (2011), <i>Παιδική ηλικία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας</i>, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα • Παππά, Β. (2008), <i>Γονείς, παιδιά και ΜΜΕ Ένας οδηγός γονικής συμπεριφοράς</i>, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα • Lemish, D. (2009), <i>Παιδιά και τηλεόραση: Μια παγκόσμια προοπτική</i>, Μοτίβο Εκδοτική- Εκδόσεις Τόπος, Αθήνα • Buckingham, D. (2008). <i>Εκπαίδευση στα Μέσα Επικοινωνίας: Αλφαριθμητισμός, Μάθηση & Σύγχρονη Κουλτούρα</i>. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα. • Buckingham D. & Bragg S. (2007). <i>Νέοι, Σεξ και ΜΜΕ: Τα Γεγονότα της Ζωής</i>; Αθήνα: Κατάρτι. • Δουλκέρη, Τ. (2004), <i>Η εικόνα του παιδιού στην τηλεόραση και στον ελληνικό τύπο: Στοιχεία εμπειρικών ερευνών από το 1973-2003</i>, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα • <i>Συναφή επιστημονικά περιοδικά:</i> • Radesky, J. S., Schumacher, J., & Zuckerman, B. (2015). <i>Mobile and interactive media use by young children: the good, the bad, and the unknown. Pediatrics, Vol. 135 No.),pp. 1-3.</i> • O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). <i>The impact of social media on children, adolescents, and families. Pediatrics, Vol. 127 No.4, pp. 800-804.</i> • Moore, E. & Rideout, V. (2007). <i>The online marketing of food to children: Is it just fun and games? Journal of Public Policy and Marketing, Vol. 26 No. 2, pp. 202-220</i>
--

- Bushman, B. J., & Huesmann, L. R. (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, Vol. 160 No. 4, pp. 348-352.
- Marshall, S. J., Biddle, S. J., Gorely, T., Cameron, N., & Murdey, I. (2004). Relationships between media use, body fatness and physical activity in children and youth: a meta-analysis. *International journal of obesity*, Vol. 28 No.10, pp. 1238.
- Christakis, D., Zimmerman, F., DiGiuseppe, D. and McCarty, C. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children, *Pediatrics*, Vol. 113 No.4, pp. 708-713.
- Villani, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: a 10-year review of the research. *Journal of the American Academy of child & adolescent psychiatry*, Vol. 40 No. 4, pp. 392-401.
- Anderson, C. and Dill, K (2000). Videogames and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 78, pp. 353-359.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6285	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Εργαστήρια	2		
Σύνολο	4	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τους φοιτητές στις έννοιες και τις βασικές αρχές του προγραμματισμού μέσα από οπτικά περιβάλλοντα προγραμματισμού που είναι ειδικά σχεδιασμένα για χρήση από αρχαρίους.

Το Scratch και το Kodu είναι περιβάλλοντα που έχουν ως στόχο τη διδασκαλία εννοιών προγραμματισμού σε αρχάριους επιτρέποντας τους την δημιουργία παιχνιδιών, βίντεο & διαδραστικών βίντεο, μουσικής κ.α.
Οι φοιτητές επίσης στα πλαίσια του μαθήματος θα έρθουν σε επαφή και με περιβάλλοντα προγραμματισμού για την δημιουργία εφαρμογών για κινητές συσκευές, σε λειτουργικά Android και IOS όπως το App Inventor.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Να κατανοεί και να εφαρμόζει τις βασικές έννοιες και αρχές του προγραμματισμού
- Να κατανοεί τις δυνατότητες των οπτικών περιβαλλόντων που είναι σχεδιασμένα για εισαγωγή στον προγραμματισμό, να συγκρίνει και να αξιολογεί τα περιβάλλοντα αυτά.
- Να δημιουργεί εφαρμογές, παιχνίδια, βίντεο και διαδραστικά βίντεο χρησιμοποιώντας οπτικά περιβάλλοντα προγραμματισμού

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Οπτικά περιβάλλοντα για εισαγωγή στον προγραμματισμό, Επισκόπηση.
- Το Οπτικό περιβάλλον Scratch. Εισαγωγή στα βασικά εργαλεία του Scratch
- Βασικές έννοιες και δομές προγραμματισμού. Δομή ακολουθίας, δομή επιλογής, δομές επανάληψης κτλ
- Δημιουργία εφαρμογών με το Scratch
- Το Οπτικό περιβάλλον Kodu. Εισαγωγή στα βασικά εργαλεία του Kodu
- Δημιουργία εφαρμογών στο Kodu
- Άλλα οπτικά περιβάλλοντα δημιουργίας εφαρμογών (π.χ. GDevelop)
- Οπτικά περιβάλλοντα δημιουργίας εφαρμογών για κινητές συσκευές
- Το Οπτικό περιβάλλον του App Inventor. Εισαγωγή στα βασικά εργαλεία του App Inventor
- Δημιουργία εφαρμογών με το App Inventor

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με Online περιβάλλοντα οπτικού προγραμματισμού (για εισαγωγή στον προγραμματισμό) όπως Scratch και Kodu. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26

	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Scratch by Example [electronic resource], Eduardo A. Vlieg, 2016, Εκδόσεις Apress, HEAL-Link Springer ebooks

Δημιουργώντας παιχνίδια στο MS Kodu, <http://www.koduplay.gr/>

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6295	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Εργαστήρια		
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Οι νέες τεχνολογίες και η αξιοποίηση τους από μουσεία και από άλλους φορείς που προάγουν τον πολιτισμό είναι το αντικείμενο του μαθήματος. Σήμερα υπάρχει ένα μεγάλο φάσμα τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται στον χώρο του πολιτισμού για πληροφόρηση, ανάδειξη και προώθηση. Υπάρχουν για παράδειγμα τεχνολογίες ανάδειξης και προβολής μνημείων, μουσειακών εκθεμάτων και συλλογών, σε πραγματικό ή εικονικό (Virtual) χώρο, διαδραστικές πολυμεσικές εφαρμογές και οπτικοακουστικές παραγωγές, τεχνολογίες ψηφιοποίησης και τεκμηρίωσης, τεχνολογίες αναπαράστασης κ.α. Στο μάθημα θα γίνει εκτενής αναφορά στις τεχνολογίες αυτές αλλά και σε μελέτες περιπτώσεων καινοτόμων χρήσεων της τεχνολογίας από φορείς του πολιτισμού.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

- Αναλύει και να κατηγοριοποιεί τις διάφορες τεχνολογίες που βρίσκουν εφαρμογές στον πολιτισμό
- Κρίνει, αξιολογεί, επιλέγει συνδυάζει τις κατάλληλες τεχνολογίες για την αποτελεσματικότερη ανάδειξη αντικειμένων και χώρων πολιτισμικού ενδιαφέροντος καθώς και φορέων που σχετίζονται με τον πολιτισμό.
- Αξιολογεί και να συγκρίνει εφαρμογές (διαδικτυακές, πολυμεσικές, διαδραστικές, εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας, εφαρμογές Web 2.0, κοινωνικά δίκτυα κτλ) που σχετίζονται με τον πολιτισμό (για μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους κτλ).
- Να προσαρμόζεται στις τεχνολογικές εξελίξεις που σχετίζονται με τον χώρο του πολιτισμού

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορία των νέων τεχνολογιών στον τομέα του πολιτισμού
- Διαδραστικές πολυμεσικές εφαρμογές για τον πολιτισμό, Διαδραστικές Εκθέσεις (Interactive Exhibitions), κίосκια πληροφόρησης, διαδραστικά παιχνίδια, αυτόματοι ξεναγοί (automatic guides)
- Εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα στον πολιτισμό (Virtual and Augmented Reality). Εφαρμογές προβολής του πολιτιστικού μας πλούτου π.χ. εικονικός τουρισμός και εικονικά μουσεία)
- Οπτικοακουστικές παραγωγές (Documentary Video ή Video Art),
- Εικονική τρισδιάστατη εξομίωση μνημείων και αντικειμένων, εικονική ανακατασκευή ιστορικών μνημείων και αντικειμένων.

<ul style="list-style-type: none"> • Εκπαιδευτικές εφαρμογές (για ερευνητές και μαθητές της ιστορίας και του πολιτισμού, τις εκπαιδευτικές δράσεις των Μουσείων κ.α.) • Εφαρμογές κινητών συσκευών γεω-προσδιορισμού (geolocation apps) για την ενίσχυση της εμπειρίας του επισκέπτη ενός μουσείου ή αρχαιολογικού χώρου. • Δημιουργία και διαχείριση ψηφιακών συλλογών, τεχνολογίες ψηφιοποίησης και τεκμηρίωσης (εγγράφων, εικόνων, ηχητικών αρχείων). Ψηφιακές βιβλιοθήκες για τον πολιτισμό • Τρισδιάσταση σάρωση αντικειμένων και χώρων. Εξοπλισμός και τεχνικές. • Ιδιαιτερότητες του Σχεδιασμού ιστοσελίδων για Μουσεία και πολιτισμικό περιεχόμενο. • Εφαρμογές Web 2.0 -κοινωνικών δικτύων για συνεργατική δημιουργία περιεχομένου, ανταλλαγή εντυπώσεων και εμπειριών επισκεπτών Μουσείων και άλλων χώρων πολιτισμικού ενδιαφέροντος. • Μελέτες καινοτόμων περιπτώσεων (case studies) • Εξελίξεις και μελλοντικές τάσεις που διαμορφώνονται στον τομέα των νέων τεχνολογιών για τον πολιτισμό

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Υποστήριξη του μαθήματος με μεγάλο εύρος λογισμικών και online εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην μάθηση-Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)</p>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	29
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	24
	Εργαστηριακές ασκήσεις	
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ή ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	35
	Προετοιμασία για εξετάσεις	37
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής ή Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (40% ή 0%)</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- *Η τεχνολογία στην υπηρεσία της πολιτισμικής κληρονομιάς, Α. Μπούνια, Ν. Νικονάνου, Μ. Οικονόμου, 2008, εκδόσεις ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ Κ. ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗ & ΣΙΑ ΟΕ*
- Ιωάννης Λυριτζής (2008) Νέες τεχνολογίες στις αρχαιολογικές επιστήμες, Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός.
- *Ψηφιακές εφαρμογές σε Μουσειακά περιβάλλοντα, Μαίρη Καμπουροπούλου, Ιωάννα Ευσταθίου, 2014, Κ. ΜΠΑΜΠΑΛΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ*

Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Πλήθος άρθρων και εργασιών από:
Journal of Cultural Heritage

Πρακτικά από τα συνέδρια

- Scanning for Cultural Heritage Recording
- Conference on Cultural Heritage and new Technologies
- Visual Heritage
- Digital Heritage
- Νέες τεχνολογίες στην ανάδειξη πολιτιστικής κληρονομιάς

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6305	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Εργαστήρια		
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Η Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM) είναι μία ευρέως εφαρμοσμένη στρατηγική για την διαχείριση των αλληλεπιδράσεων μιας επιχείρησης με τους πελάτες της. Αυτό περιλαμβάνει και την χρήση τεχνολογίας για την οργάνωση, αυτοματοποίηση και συγχρονισμό διεργασιών – που κυρίως αφορούν δραστηριότητες πωλήσεων, το μάρκετινγκ, την εξυπηρέτηση πελατών και την τεχνική υποστήριξη.

Οι φοιτητές, μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, θα είναι σε θέση:

- Να έχουν θεωρητικές γνώσεις γύρω από το Μάρκετινγκ των σχέσεων και την Πελατοκεντρική φιλοσοφία
- Να γνωρίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά ενός πληροφοριακού συστήματος διοίκησης και μάρκετινγκ.
- Να κατανοούν το ρόλο του μάρκετινγκ για τη σωστή λειτουργία ενός e-CRM.
- Να έχουν επαρκή γνώση για την εφαρμογή της φιλοσοφίας CRM και του πληροφοριακού συστήματος σε μια επιχείρηση.
- Να διαχειρίζονται επιχειρησιακές εφαρμογές, οι οποίες επικεντρώνονται στην αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες και στην εξόρυξη και ανάλυση πληροφοριών.
- Να αξιολογούν συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων
- Να αναπτύσσουν τεχνικές γνώσεις αναφορικά με τη χρήση ενός λογισμικού CRM.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Μάρκετινγκ των σχέσεων.
- Πελατοκεντρική φιλοσοφία.
- Σύγχρονες τάσεις στις σχέσεις επιχείρηση πελάτη.
- Εισαγωγή στο CRM.
- Ορισμοί και ερευνητικές προσεγγίσεις CRM.
- Ο ρόλος της τεχνολογίας στην εφαρμογή του CRM.
- Ικανοποίηση/ Διατήρηση/ Αφοσίωση του πελάτη.
- Διαχείριση παραπόνων.
- Δομικά στοιχεία CRM- Φάσεις ανάπτυξης του CRM.
- Στρατηγική CRM.
- Επίπεδα (είδη) και λειτουργίες CRM.
- Επιχειρησιακή αλυσίδα αξίας και CRM.
- Οφέλη CRM. Παράγοντες αποτυχίας / επιτυχίας.
- Παραδείγματα εφαρμογών.
- Συστατικά στοιχεία του λογισμικού CRM.
- Παρουσίαση πακέτων λογισμικού.
- Δημιουργία μέτρων επίδοσης. Ενδεικτικές μετρικές CRM.
- Παρουσίαση και ανάλυση ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας για το CRM. Μελέτες περιπτώσεων. Βέλτιστες πρακτικές στην υιοθέτηση συστημάτων CRM από επιχειρήσεις και οργανισμούς.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη του μαθήματος με μεγάλο εύρος λογισμικών και online εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην μάθηση-Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	29
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	24
	Εργαστηριακές ασκήσεις	
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	35
	Προετοιμασία για εξετάσεις	37
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (40% η 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Σύγχρονα Πληροφοριακά Συστήματα Επιχειρήσεων ERP-CRM-BPR 2η έκδοση, Φιτσιλής Παναγιώτης, Broken Hill Publishers Ltd, 2018
- Σταφυλά, Α. (2013), Διαχείριση Σχέσεων Πελατών και Προμηθευτών, Εκδόσεις Σταφυλά Α.
- CRM - ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ: ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ, ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ Β. ΚΟΣΜΑΤΟΣ, 2011, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- Βρεχόπουλος, Α. (2008), Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατών, Εκδόσεις Σιδέρης.

Επιστημονικά περιοδικά- ηλεκτρονικές πηγές

- *International Journal of Electronic Customer Relationship Management, Inderscience.*
- *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management , IGI Global.*
- *Effective CRM using Predictive Analytics [electronic resource], Chorianoopoulos, HEAL-Link Wiley ebooks, 2016*

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 6315	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
		Διαλέξεις	3
			5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Κατόπιν συνεννόησης με τον διδάσκοντα		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - θα γνωρίζουν το θεωρητικό πλαίσιο της επιστήμης της ανάλυσης του λόγου, - θα αναγνωρίζουν τον δημοσιογραφικό λόγο και κάθε είδος αυτού - θα διακρίνουν τους επικοινωνιακούς στόχους για κάθε είδος δημοσιογραφικού λόγου, αναλύοντας τα γλωσσικά χαρακτηριστικά του - θα αξιολογούν κριτικά την εκδοτική γραμμή μέσω επικοινωνίας - θα κατανοούν τη σχέση της γλώσσας με άλλα γνωστικά αντικείμενα, - θα αναλύουν εμπειρικά δεδομένα εφαρμόζοντας σε αυτά θεωρητικές προσεγγίσεις, - θα είναι σε θέση να προβούν σε ανάλυση του λόγου στην προφορική και στη γραπτή επικοινωνία,

- Θα μπορούν να παράγουν αποτελεσματικά δημοσιογραφικό προφορικό και γραπτό λόγο ανάλογα με το είδος και τις απαιτήσεις της ενημέρωσης
- Θα έχουν την ικανότητα να συγκεντρώνουν και να ερμηνεύουν συναφή στοιχεία εντός του γνωστικού τους πεδίου για να διαμορφώνουν κρίσεις που περιλαμβάνουν προβληματισμό σε συναφή επιστημονικά ζητήματα,
- Θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, απαραίτητες για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας,
- Θα είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.

Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Κριτική κατανόηση θεωριών και αρχών στον τομέα της ανάλυσης του λόγου
- Άσκηση κριτικής
- Πρακτική εφαρμογή θεωρητικών γνώσεων
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Το μάθημα αποσκοπεί στην εισαγωγή των φοιτητών/τριών στον δημοσιογραφικό λόγο και στην ανάλυσή του. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες ενότητες:

- Χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες της μαζικής επικοινωνίας.
- Χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου και της είδησης.
- Ανάλυση των ειδών δημοσιογραφικού λόγου, έντυπου και ηλεκτρονικού, προφορικού και γραπτού: Θεωρητικές προσεγγίσεις και μεθοδολογικά κριτήρια.
- Μελέτη της γλώσσας και επίπεδα ανάλυσης του λόγου σε δημοσιογραφικά κείμενα.
- Συντακτική ανάλυση και λεξιλογικές επιλογές σε παραγόμενα κείμενα δημοσιογραφικού λόγου.
- Ρητή και υπόρρητη έκφραση της ιδεολογίας σε δημοσιογραφικά κείμενα.
- Ο επικοινωνιακός χαρακτήρας της γλώσσας: εφαρμογές στον δημοσιογραφικό λόγο
- Καθιερωμένοι κανόνες παραγωγής δημοσιογραφικού λόγου και προβλήματα που τίθενται.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτυακών πηγών για υποστήριξη και εμπλουτισμό της διδασκαλίας. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη διδακτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	41

	Αυτόνομη Μελέτη	50
	Σύνολο Μαθήματος	130
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>	

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> - Πολίτης Π., 2008, <i>Ο λόγος της μαζικής επικοινωνίας: το ελληνικό παράδειγμα</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3253) - Γούτσος Δ., 2012, <i>Γλώσσα – Κείμενο, Ποικιλία, Σύστημα</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22712315) - Konach B., Rosenstiel T., 2004, <i>Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 16757) - Πολίτης Π., 2014, <i>Η γλώσσα της τηλεοπτικής ενημέρωσης</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 32998160) - Γούτσος Δ., Γεωργακοπούλου Α., 2011, <i>Κείμενο και Επικοινωνία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12797194) - Νάκας Θ., Γαβριηλίδου Ζωή, 2007, <i>Δημοσιογραφία και νεολογία</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21504) - Παυλίδου Θ.-Σ., 2008, <i>Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης</i>, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3252) - Fairclough N., 1995, <i>Media Discourse</i>, London: Edward Arnold. - Χατζησαββίδης Σ. (1999), <i>Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος</i>, Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 31375) - Fowler R., 1991, <i>Language in the News. Discourse and Ideology in the Press</i>, Λονδίνο: Routledge.

Γ7. Μαθήματα 7ου Εξαμήνου

ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ7115	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα δίνει την ευκαιρία στους φοιτητές να εργαστούν σε ομάδες σε μια ερευνητική εργασία και να αναπτύξουν ερευνητικές ικανότητες. Το μάθημα σχεδιάστηκε ώστε να συνθέσει τις γνώσεις και ικανότητες που απέκτησαν οι φοιτητές στην διάρκεια σπουδών τους στο Τμήμα. Δίνεται η ευκαιρία να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους και να αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία και ερευνητικές δεξιότητες αναλαμβάνοντας να φέρουν σε πέρας μια ερευνητική εργασία σε ένα καινοτόμο θέμα του γνωστικού αντικείμενου του Τμήματος κάτω από την καθοδήγηση επιβλεπόντων διδασκόντων του μαθήματος. Οι φοιτητές ακολουθούν ένα ερευνητικό πλάνο, εφαρμόζουν μεθοδολογίες έρευνας, μαθαίνουν διαδικασίες επισκόπησης της βιβλιογραφίας γύρω από το θέμα τους, εκπαιδεύονται στην αποτελεσματική παρουσίαση των ερευνητικών αποτελεσμάτων στο κοινό και μαθαίνουν την διαδικασία ολοκληρωμένης συγγραφής ερευνητικών εργασιών. Το μάθημα συντελεί επίσης στην προετοιμασία των φοιτητών που επιθυμούν να εκπονήσουν Πτυχιακή τους Εργασία.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- Έχει κριτική κατανόηση όλων των εμπλεκόμενων διαδικασιών και μεθοδολογιών για την εκπόνηση μια έρευνας
- Έχει κριτική κατανόηση των απαιτήσεων και προσδοκιών που πρέπει να καλύψει ο φοιτητής για μια επιτυχημένη επιστημονική εργασία
- Διεξάγει αποτελεσματική επισκόπηση βιβλιογραφία σε ένα ερευνητικό θέμα
- Αξιοποιεί επιστημονικές έρευνες και προηγούμενη γνώση σε υπό εκπόνηση ερευνητικές εργασίες

- Εντοπίζει και να διαμορφώνει ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα για ένα ερευνητικό θέμα
- Αναπλαισιώνει τα ερευνητικά ερωτήματα με σχετική επιστημονική βιβλιογραφία
- Σχεδιάζει και να υλοποιεί μια έρευνα σε ένα θέμα
- Κρίνει, αξιολογεί και αποφασίζει για τις κατάλληλες ερευνητικές μεθόδους που ταιριάζουν για την αναζήτηση απαντήσεων των ερευνητικών ερωτημάτων
- Υποστηρίζει θεωρητικές προσεγγίσεις με επιχειρηματολογία
- Επικοινωνεί αποτελεσματικά ερευνητικές ιδέες και εργασίες με επιβλέποντες και άλλους ερευνητές
- Επικοινωνεί αποτελεσματικά την παρουσίαση των ερευνητικών αποτελεσμάτων
- Συγγράφει αποτελεσματικά ερευνητικές αναφορές και εργασίες.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Λήψη Αποφάσεων
- Σχεδιασμός και Διαχείριση Έργων
- Παραγωγή Νέων Ερευνητικών Ιδεών

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα σχεδιάστηκε υπό την μορφή εργαστηριακού σεμιναρίου (workshop) με εκτεταμένη διαλεκτική ανάδραση μεταξύ φοιτητών και διδασκόντων. Οι διαλεκτικές προσεγγίσεις ενισχύονται με επιπλέον συναντήσεις μεταξύ φοιτητών και επιβλεπόντων διδασκόντων. Καθότι οι εβδομαδιαίοι στόχοι του μαθήματος είναι απαιτητικοί, αναμένεται η ενεργή συμμετοχή και κατάλληλη προετοιμασία των φοιτητών για την επίτευξη των στόχων. Οι εργαστηριακές ασκήσεις εστιάζουν στην επίβλεψη ανά ομάδα/άτομα ώστε να επιλυθούν ερευνητικά προβλήματα και να πετύχουν οι ερευνητικοί στόχοι.

- Τι είναι ερευνητική εργασία
- Ποια η συμβολή μιας εργασίας
- Ερευνητική Ηθική
- Εισαγωγή στην βιβλιογραφική επισκόπηση
- Μεθοδολογίες βιβλιογραφικής επισκόπησης
- Χρήση Πηγών Βιβλιοθήκης
- Διαδικτυακές Πηγές
- Δομή και Οργάνωση Επιστημονικού Άρθρου
- Αναφορές και Βιβλιογραφία
- Σχηματισμός Ερευνητικών Ομάδων
- Παρουσίαση διαθέσιμων ερευνητικών θεμάτων από διδάσκοντες για ανάληψη εργασιών
- Ερευνητικές Απαιτήσεις των θεμάτων
- Ανάθεση ερευνητικών θεμάτων σε ομάδες φοιτητών
- Βιβλιογραφική Επισκόπηση για την εύρεση βιβλιογραφίας σχετικής με την έρευνα
- Επιστημονικά Περιοδικά, Άρθρα, Πρακτικά Συνεδρίων
- Κατάθεση από φοιτητές βιβλιογραφικής επισκόπησης σχετικής με την έρευνα τους.
- Επίβλεψη ανά ομάδα και αξιολόγηση βιβλιογραφίας
- Επιλογή και Ανάθεση κατάλληλου άρθρου για ανάλυση σε κάθε ομάδα
- Κριτική ανάγνωση και συγγραφή περιληπτικής αναφοράς του επιλεγμένου άρθρου
- Κατάθεση των περιληπτικών αναφορών
- Επίβλεψη ανά ομάδα και συζήτηση πάνω στις περιληπτικές αναφορές με εστίαση στην σύνοψη κεντρικής ιδέας, συμβολής εργασίας, είδη μεθοδολογίας που

χρησιμοποιήθηκαν, κύριοι ερευνητές του θέματος στην βιβλιογραφία, ευρήματα, συμπεράσματα και οδηγίες μελλοντικής έρευνας.

- Συγγραφή της θεωρίας από την βιβλιογραφική επισκόπηση του θέματος της εργασίας
- Κατάθεση της θεωρίας του θέματος της εργασίας
- Επίβλεψη ανά ομάδα, παραγωγή ιδεών από την βιβλιογραφία και συζήτηση ερευνητικών προσεγγίσεων για την προώθηση της εργασίας
- Το Πλάνο Έρευνας
- Ερευνητικές Μέθοδοι
- Ποιοτική και Ποσοτική Έρευνα
- Συγκριτική Έρευνα
- Ανάλυση Περιεχομένου
- Συνεντεύξεις
- Ανάλυση Δεδομένων
- Κατάθεση Ερευνητικού Πλάνου για κάθε εργασία με καθορισμένες ερευνητικές δράσεις (στόχοι, ενέργειες, αναμενόμενα αποτελέσματα, εκτιμήσεις για την συμβολή της εργασίας)
- Παρουσίαση και κριτική συζήτηση στην τάξη των ερευνητικών πλάνων
- Τροποποιήσεις και αναπλαισιώσεις ερευνητικών πλάνων
- Επίβλεψη ανά ομάδα της πορείας εκτέλεσης της έρευνας
- Επίβλεψη ανά ομάδα των ερευνητικών αποτελεσμάτων
- Προετοιμασία παρουσίασης έρευνας
- Οδηγίες παρουσίασης επιστημονικής εργασίας
- Αξιοποίηση τεχνολογίας στην παρουσίαση
- Ο ρόλος της ομάδας
- Ο ρόλος της τάξης ως κοινό παρουσίασης με ενεργή συμμετοχή
- Μεθοδολογία σχολιασμού εργασιών
- Περιπτωσιολογικές αναλύσεις καλών πρακτικών παρουσίασης
- Τελικές Παρουσιάσεις των Ερευνητικών Εργασιών από κάθε ομάδα
- Ενεργή συμμετοχή της τάξης ως κοινού και κριτικός σχολιασμός παρουσιάσεων
- Υποστήριξη ερευνητικών θέσεων με επιχειρηματολογία
- Ανάδραση και σχόλια επιβλεπόντων και διδασκόντων επί των παρουσιάσεων
- Προεργασία για συγγραφή ερευνητικής εργασίας
- Θεμελιώδη Στοιχεία Αναφοράς για συγγραφή Επιστημονικής Εργασίας
- Δομή της Επιστημονικής Εργασίας
- Περιπτωσιολογικές Μελέτες καλών πρακτικών συγγραφής επιστημονικών εργασιών
- Κατάθεση Επιστημονικής Εργασίας

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Έρευνας με αναζήτηση επιστημονικής βιβλιογραφίας μέσω συνδρομητικών βάσεων δεδομένων. Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με παρουσιάσεις powerpoint.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Σχεδίαση Έρευνας	25
	Εκπόνηση Έρευνας και Συγγραφή Μελέτης (Project)	30

	Αυτόνομη Μελέτη για Εξετάσεις	31
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Σχεδίαση και Εκπόνηση Έρευνας 20% ○ Παρουσίαση Έρευνας 20% ○ Συγγραφή Εργασίας 20% ○ Τελική Εξέταση 40% 	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ζαφειρόπουλος Κώστας (2015) Πως γίνεται μια επιστημονική εργασία, Εκδόσεις Κριτική
- Χαλικιάς Μιλτιάδης, Σαμαντά Ειρήνη (2016) Εισαγωγή στη Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Επιστημονικών Εργασιών, Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε
- Rainer Schnell, Paul Hill, Elke Esser (2014) Μέθοδοι Εμπειρικής Κοινωνικής Έρευνας, Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ
- Παπάνης Ευστράτιος (2010) Μεθοδολογία Έρευνας και Διαδίκτυο, Ανδρέας Σιδέρης & Ιωάννης Σιδέρης .
- Bell Judith (2007) Πώς να συντάξετε μια επιστημονική εργασία: Οδηγός Ερευνητικής Μεθοδολογίας, Μεταίχιμο
- Μπουρλιάσκος Β. (2010) Πως Γράφεται μια Επιστημονική Εργασία: Συγγραφή επιστημονικής εργασίας και βιβλιογραφική έρευνα, Εκδόσεις Διόνικος
- Θεοφιλίδης Χ. (2005) Η συγγραφή επιστημονικής εργασίας, Τυπωθήτω
- Αθ.Φ. Τσιπλητάρης, Θ.Κ. Μπαμπάλης (2011), Δέκα Παραδείγματα Μεθοδολογίας Επιστημονικής Έρευνας: Από τη θεωρία στην πράξη, Εκδόσεις Διάδραση
- Μάντζαρης Ιωάννης (2012) Επιστημονική Έρευνα, Αυτοέκδοση.
- Δημητρόπουλος Ευστάθιος (2009) Εισαγωγή στη Μεθοδολογία της Επιστημονικής Έρευνας: Προς ένα συστημικό δυναμικό μοντέλο μεθοδολογίας επιστημονικής έρευνας, Εκδόσεις Ελλην.
- Bryant, M. T. (2004). *The portable dissertation advisor*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Creswell, J. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (2nd edition.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- S. Peyton Jones, "Research Skills," <http://research.microsoft.com/simonpj/Papers/giving-a-talk/giving-a-talk.htm>
- H. Schulzrinne, "Writing Technical Articles," <http://www.cs.columbia.edu/hgs/etc/writing-style.html>.
- G.M. Whitesides, "Whitesides' Group: Writing a Paper," <http://www.che.iitm.ac.in/misc/dd/writepaper.pdf>.
- T. Roscoe, "Writing Reviews for Systems Conferences," <http://people.inf.ethz.ch/troscoe/pubs/review-writing.pdf>.
- S. Keshav, "How to Read a Paper", <http://www.cs.princeton.edu/courses/archive/fall08/cos561/papers/paper-reading.pdf>

- M.J. Hanson, "Efficient Reading of Papers in Science and Technology", <http://www.cs.princeton.edu/courses/archive/fall08/cos561/papers/efficient-reading.pdf>

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- D' Urso S. (2009) The Past, Present, and Future of Human Communication and Technology Research: An Introduction, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 14, Issue 3, pages 708–713.
- Andrew Bennett and Colin Elman (2007), "Case Study Methods in International Relations Subfield, *Comparative Political Studies*, Vol. 40, pp. 170-195
- John Gerring (2007), "Is There a (Viable) Crucial-Case Method?" *Comparative Political Studies*, Vol. 40, pp. 231-253.
- Krathwohl, D. R. (1998). *Methods of educational and social science research: An integrated approach*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Janet Buttolph Johnson and Richard A. Joslyn, *Political Science Research Methods*, Washington D.C.: CQ Press, 2001.
- W. Phillips Shively, *The Craft of Political Research*, Prentice Hall, 2001.
- Evan S. Lieberman (2005), "Nested Analysis as a Mixed-Method Strategy for Comparative Research," *American Political Science Review*, Vol. 99, pp. 435-452.
- Tom Wengraf (2001), *Qualitative Research Interviewing*, London: Sage Publications, pp. 152-181.

Επιπλέον οι φοιτητές αναζητούν και καταθέτουν έναν αριθμό από επιστημονικά άρθρα και δημοσιεύσεις επιστημονικών εργασιών που σχετίζονται με το ερευνητικό τους θέμα.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ7125	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Στόχος του μαθήματος είναι μέσα από το συνδυασμό θεωρητικών προσεγγίσεων και μελέτης περιπτώσεων να εισάγει τους φοιτητές στη φιλοσοφία της διαχείρισης κρίσεων και να προβάλλει τα κύρια εργαλεία αντιμετώπισης τους. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη μελέτη των επικοινωνιακών στρατηγικών διαχείρισης κρίσης, στους παράγοντες που καθορίζουν την επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής και στις αλλαγές που επιφέρουν οι νέες τεχνολογίες και τα κοινωνικά μέσα στις παραδοσιακές θεωρίες της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος εξετάζεται η σημασία του Σχεδίου Διαχείρισης Κρίσεων, η σύσταση και η λειτουργία της Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων, ενώ αναλύεται μια σειρά κρίσεων, οι οποίες θεωρούνται αντιπροσωπευτικές, ως προς τα αίτιά τους, την έντασή τους και τη στρατηγική που ακολουθήθηκε. Παράλληλα, οι φοιτητές εισάγονται στην έννοια των συγκρούσεων και των διαπραγματεύσεων ενώ παρουσιάζονται οι διάφοροι τύποι συγκρούσεων και οι στρατηγικές επίλυσής τους.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τριες θα είναι σε θέση να:

- Να κατηγοριοποιούν τις διάφορες μορφές κρίσεων.
- Να διαμορφώνουν εναλλακτικά σενάρια για την προληπτική αντιμετώπιση των κρίσεων.
- Να εντάσσουν τις θεωρητικές προσεγγίσεις της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων στη επικοινωνία της επιχείρησης/οργανισμού/προϊόντος κατά τη διάρκεια κρίσεων.
- Να σχεδιάζουν προγράμματα και σχέδια διαχείρισης κρίσεων.
- Να συγκρίνουν και να αντιπαραβάλλουν με κριτήριο την αποτελεσματικότητα τις διάφορες επικοινωνιακές στρατηγικές διαχείρισης κρίσεων.
- Να ενσωματώνουν τις θεωρητικές προσεγγίσεις για τη διαχείριση συγκρούσεων στην επίλυση συγκρούσεων στο χώρο εργασίας.
- Να αξιολογούν στρατηγικές διαχείρισης συγκρούσεων λαμβάνοντας υπόψη τα αίτια και τις συνέπειές τους.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Κατηγοριοποίηση κρίσεων και μορφές εταιρικών κρίσεων.
- Η σημασία της αποτελεσματικής διαχείρισης της κρίσης για την εταιρική εικόνα και φήμη.
- Εκτίμηση κινδύνου και εναλλακτικών σεναρίων για την προληπτική αντιμετώπιση των κρίσεων.
- Σχέδιο διαχείρισης κρίσεων.
- Τυπολογία στρατηγικών για την αποτελεσματική επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων.
- Η θεωρία Situational Crisis Communication Theory του Coombs
- Ο ρόλος της ομάδας διαχείρισης κρίσεων και του εκπροσώπου τύπου.
- Η διαχείριση των σχέσεων με τα ΜΜΕ πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κρίση.
- Ο ρόλος των νέων μέσων για την επικοινωνιακή αντιμετώπιση μιας κρίσης.
- Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών διαχείρισης κρίσεων με έμφαση στις διαδικτυακές κρίσεις.
- Η έννοια της σύγκρουσης, μορφές συγκρούσεων, αίτια, συνέπειες και στρατηγικές διαχείρισης

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Ατομικές ή Συνεργατικές Ασκήσεις	12 ώρες
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ή ομαδικών εργασιών	20 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της διαχείρισης κρίσεων σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Ατομικές ή Ομαδικές Εργασίες (20% ή 0%) III. Συμμετοχή σε Ατομικές ή Συνεργατικές Ασκήσεις (20% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Heath, Robert (1998), *Διαχείριση Κρίσεων: Αποτελεσματικές Τεχνικές για Επιχειρησιακή Ετοιμότητα*, (επιμ. Γιώργος Γκαντζιάς), Αθήνα: Γκιούρδας, σελ. 114-128.
- Σφακιανάκης, Μ. (1998), *Διοικητική Κρίσεων*, Γ. Παρίκος & Σια ΕΕ, Αθήνα.
- Φιλολιά, Α., Παπαγεωργίου, Η., και Στεφανάτος, Σ. (2005), *Ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης Κρίσεων και Ανθρώπινος Παράγοντας*, Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ, Αθήνα.
- Coombs, T. (2015), *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, 4th Edition, Sage Publications.
- Ulmer, R., Sellnow, T., Seeger, M. (2015), *Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity*, Sage Publications.
- Austin, L., and Jin, J. (2018), *Social Media and Crisis Communication*, Taylor and Francis Group.
- Fearn-Banks, K. (2016), *Crisis Communications: A Casebook Approach* (Routledge Communication Series), Taylor and Francis Group.
- Kenneth, C. and Joan, G. (2014), *ΕΠΙΛΥΣΗ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ*, ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΒΕ
- Γαλανάκης, Μ., Κυριάκος, Θ., και Σταλίκας, Α. (2016), *Διοικητική Συγκρούσεων*, Σ. ΠΑΤΑΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΝΕΜΗΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.
- Νικολόπουλος, Α. (2014), *Η Στρατηγική των Διαπραγματεύσεων: Μόνος Εναντίον Όλων*, ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ ΑΕ.
- Τριαντάρη, Σ. (2019), *Από τη Σύγκρουση στη Διαμεσολάθηση*, ΙΩΑΝΝΗΣ ΑΡΧ. ΧΑΡΠΑΝΤΙΔΗΣ.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Cheng, Y. (2018). How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from the updated literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 58-68.
- Kim, Y., & Park, H. (2017). Is there still a PR problem online? Exploring the effects of different sources and crisis response strategies in online crisis communication via social media. *Corporate Reputation Review*, 20(1), 76-104.
- Eriksson, M., & Olsson, E. K. (2016). Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(4), 198-208.
- Roshan, M., Warren, M., & Carr, R. (2016). Understanding the use of social media by organisations for crisis communication. *Computers in Human Behavior*, 63, 350-361.
- DiStaso, M. W., Vafeiadis, M., & Amaral, C. (2015). Managing a health crisis on Facebook: How the response strategies of apology, sympathy, and information influence public relations. *Public Relations Review*, 41(2), 222-231.
- Einwiller, S. A., & Steilen, S. (2015). Handling complaints on social network sites—An analysis of complaints and complaint responses on Facebook and Twitter pages of large US companies. *Public Relations Review*, 41(2), 195-204.
- Coombs, T. W., & Holladay, J. S. (2014). How publics react to crisis communication efforts: Comparing crisis response reactions across sub-arenas. *Journal of Communication Management*, 18(1), 40-57.
- Liu, B. F., & Fraustino, J. D. (2014). Beyond image repair: Suggestions for crisis communication theory development. *Public Relations Review*, 40(3), 543-546.
- Ki, E. J., & Nekmat, E. (2014). Situational crisis communication and interactivity: Usage and effectiveness of Facebook for crisis management by Fortune 500 companies. *Computers in Human Behavior*, 35, 140-147.
- Coombs, T. W., & Holladay, J. S. (2014). How publics react to crisis communication efforts: Comparing crisis response reactions across sub-arenas. *Journal of Communication Management*, 18(1), 40-57.
- Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses. *Communication Research*, 41(1), 74-94.
- Liu, B. F., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37(4), 345-353.
- Claeys, A. S., Cauberghe, V., & Vyncke, P. (2010). Restoring reputations in times of crisis: An experimental study of the Situational Crisis Communication Theory and the moderating effects of locus of control. *Public Relations Review*, 36(3), 256-262.
- Coombs, W. T. (2007), *Protecting Organization Reputations during a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*, *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No. 3, pp. 163-176.
- Vassilikopoulou, A., Siomkos, G., Chatzipanagiotou, K., Triantafillidou, A. (2009), "Hotels on Fire: Investigating Consumers' Responses and Perceptions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 21, No. 7, pp. 791-815.
- Siomkos, G., Triantafillidou, A., Vassilikopoulou, A., and Tsiamis, I. (2010), "Opportunities and Threats for Competitors in Product-Harm Crises", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 28, No: 6, pp. 770-791.
- Vassilikopoulou, A., Chatzipanagiotou, K., Siomkos, G. and Triantafillidou, A. (2011), "The Role of Consumer Ethical Beliefs in Product-Harm Crises", *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 10, No. 5, pp. 279-289.
- Kaplan T. (2001), *Tylenol Crisis: How Effective Public Relations Saved Johnson and Johnson*, <http://www.personal.~su.edu/users/wlx/WXIC16/tvlenoUcnhstims>.
- Benoit, W.L. (1997), *Image Repair Discourse and Crisis Communication*, *Public Relations Review*, Vol. 32, No. 2.
- Huang, Y. H. (2001). Values of public relations: Effects on organization-public relationships mediating conflict resolution. *Journal of Public Relations Research*, 13(4), 265-301.
- Plowman, K. D. (1998). Power in conflict for public relations. *Journal of public relations research*, 10(4), 237-261.

- *Murphy, P. (1991). The limits of symmetry: A game theory approach to symmetric and asymmetric public relations. Journal of Public Relations Research, 3(1-4), 115-131.*

ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7215	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση της φύσης και του αντικειμένου του πολιτικού μάρκετινγκ καθώς και η παρουσίαση των μεθόδων αποτελεσματικής επικοινωνιακής διαχείρισης προβλημάτων – θεμάτων που άπτονται της εικόνας ενός υποψηφίου/πολιτικού.

Το μάθημα αναφέρεται στις στρατηγικές του πολιτικού μάρκετινγκ, στη σημασία και τους τρόπους κατανόησης της αγοράς, στην ανάπτυξη της προσωπικής μάρκας (personal brand) του υποψηφίου και του πολιτικού κόμματος, σε ζητήματα διαμόρφωσης της εικόνας και στην επικοινωνία τόσο κατά την περίοδο της προεκλογικής εκστρατείας όσο και κατά την περίοδο της διακυβέρνησης. Επίσης, πραγματοποιείται μια ιστορική αναδρομή στην εφαρμογή (ή μη) του πολιτικού μάρκετινγκ και στην εξέλιξη της πολιτικής επικοινωνίας στην Ελλάδα.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν το ρόλο και τη σημασία της διαχείρισης των θεμάτων στην επικοινωνιακή στρατηγική ενός προσώπου.
- Αναλύουν και να αξιολογούν πιθανούς κινδύνους και προβλήματα που ενδέχεται να μετατραπούν σε θέματα που θα πλήξουν τη φήμη ενός προσώπου
- Αναπτύσσουν και να υποστηρίζουν προγράμματα διαχείρισης θεμάτων τόσο για λόγους πρόληψης όσο και για λόγους αντίδρασης.
- Εντάσσουν τη διαμόρφωση της εικόνας στο επικοινωνιακό πρόγραμμα μιας προεκλογικής εκστρατείας υποψηφίων/κομμάτων.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η έννοια του πολιτικού μάρκετινγκ
- Οι στρατηγικές του πολιτικού μάρκετινγκ
- Κατανόηση και στόχευση του ακροατηρίου
- Η διαμόρφωση της δημόσιας εικόνας
- Μελέτη της διαδικασίας διαχείρισης των θεμάτων.
- Επικοινωνία στο εσωτερικό του πολιτικού κόμματος και στους εθελοντές
- Σχεδιασμός προγράμματος προεκλογικής εκστρατείας υποψηφίων/κομμάτων.
- Ο ρόλος του πολιτικού μάρκετινγκ κατά την περίοδο διακυβέρνησης
- Κριτική προσέγγιση του πολιτικού μάρκετινγκ-προβληματισμοί
- Μελέτη περιπτώσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις επίλυσης επικοινωνιακών προβλημάτων. II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Lees-Marshment J. (2013), Πολιτικό Μάρκετινγκ-Αρχές και Εφαρμογές, University Studio Press, A.E
- Λακόπουλος, Γ. (2018), Η σκηνοθεσία του δημοσίου προσώπου, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Κουντούρη, Φ.Μ., (2011), Πολιτική Δημοσιότητα και Εξουσία, Εκδόσεις Τυπωθήτω
- Χαιρετάκης. Μ. (2008), Τρία κείμενα για την Πολιτική Διαφήμιση, University Studio Press
- Χαιρετάκης. Μ. (2003), Πολιτική Διαφήμιση, University Studio Press
- Δουλκέρη, Τ. (2016), Το είδωλο, Εκδόσεις Παπαζήση

- Negrine, A., Mancini, P., Holtz-Bacha, C. and Papathanasopoulos, S., (2007), *The Professionalization of Political Communication*, Intellect Publications, USA
- Sigrun, E. (2009), *Event Marketing*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Perloff, R.M. (2014), *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*, Routledge Publications

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Effing, R., Van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011, August). *Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems?. In International conference on electronic participation (pp. 25-35). Springer, Berlin, Heidelberg.*
- Lipsitz, K., Trost, C., Grossmann, M., & Sides, J. (2005), *What Voters Want From Political Campaign Communication*, *Political Communication*, Vol. 22, No. 3, pp. 337-354. O' Cass, A. (2002). *Political advertising believability and information source value during elections. Journal of Advertising*, Vol. 31, No. 1, pp. 63-74.
- Smith, G. (2005), *Positioning Political Parties: The 2005 UK General Election*, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, Nos. 9-10, pp. 1135-1149.
- Valentino, N. A., Hutchings, V. L., & Williams, D. (2004). *The impact of political advertising on knowledge, Internet information seeking, and candidate preference. Journal of Communication*, Vol. 54, No. 2, pp. 337-354.
- Johnston, A., & Kaid, L. L. (2002). *Image ads and issue ads in US presidential advertising: Using videostyle to explore stylistic differences in televised political ads from 1952 to 2000. Journal of Communication*, Vol. 52, No. 2, pp. 281-300.
- Heath, R. L. (2002), *Comment: Issues Management: Its Past, Present And Future*, *Journal of Public Affairs*, Vol. 2, No. 4, pp. 209-214.
- Lauzen, M. (1997), *Understanding the Relations between Public Relations and Issues Management*, *Journal of Public Relations Research*, Vol. 9, pp. 65-82.
- Greening, D. W., & Gray, B. (1994), *Testing a Model of Organizational Response to Social and Political Issues*, *Academy of Management Journal*, Vol. 37, No. 3, pp. 467-498.

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7225	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Σύγχρονη Ελληνική Ιστορία		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		

ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στα Αγγλικά)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα επιδιώκει να εξετάσει τις βασικότερες οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και πολιτισμικές συνιστώσες που διαμορφώνουν την ελληνική κοινωνία από την εποχή των αρχών του εικοστού αιώνα έως και σήμερα. Σε αυτό το πλαίσιο μελετώνται οι συγκρούσεις που γνωρίζει η ελληνική κοινωνία, οι ιδεολογικές παράμετροι που συνοδεύουν ή και προετοιμάζουν τις κοινωνικές αντιθέσεις και ο ρόλος τους.

Στόχος είναι να έχουν κατανοήσει οι φοιτητές μετά το πέρας του εξαμήνου τις βασικές τομές της σύγχρονης ελληνικής Ιστορίας και τον τρόπο που αυτές «σημάδεψαν» την ελληνική κοινωνία και έφτιαξαν τον κόσμο μέσα στον οποίο ζούμε σήμερα. Έτσι η ιστορία δεν αντιμετωπίζεται ως ένα άθροισμα πληροφοριών που αφορούν ένα κόσμο που έφυγε αλλά ένα σύστημα αλληλοσυμπληρωμένων ή/και αλληλοσυγκρουόμενων ιδεών και νοημάτων που διαμορφώνουν τις αντιλήψεις μας για τον παρόντα χρόνο και χώρο. Με άλλα λόγια στόχος του μαθήματος είναι να δείξει στους φοιτητές πώς είναι συνεχώς «παρούσα» η Ιστορία στην καθημερινή μας ζωή, στον τρόπο που σκεφτόμαστε και δρούμε και σήμερα.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής θα πρέπει να:

1. γνωρίζει τα βασικά ιστορικά γεγονότα-τομές της σύγχρονης ελληνικής ιστορίας
2. να μπορεί να εξηγήσει τις επιρροές στην ελληνική κοινωνία των διανοητικών ρευμάτων του 20ου αιώνα
3. να κατανοεί το πώς το ευρύτερο παγκόσμιο και ευρωπαϊκό διεθνές περιβάλλον επέδρασε στις ιστορικές εξελίξεις που διαμόρφωσαν τη σύγχρονη Ελλάδα
4. να αξιολογεί τα ιστορικά γεγονότα με κριτήριο την επίδραση τους στη δημιουργία του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού
- 5 Να αξιοποιεί τις ιστορικές γνώσεις στη μελέτη των άλλων μαθημάτων και στη συγγραφή εργασιών.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής σκέψης
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ο «μακρύς» 19^{ος} αιώνας (Νεοελληνικός Διαφωτισμός, Ελληνική Επανάσταση, βασικά στοιχεία για την ελληνική πολιτική ζωή και κοινωνία του 19^{ου} αιώνα)
- Ο Μακεδονικός Αγώνας και οι Βαλκανικοί Πόλεμοι
- Ο ρόλος της Ελλάδας στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και ο Εθνικός Διχασμός.
- Η Μικρασιατική Καταστροφή και η σημασία της
- Ο ελληνικός Μεσοπόλεμος και οι μεγάλες αλλαγές στην καθημερινότητα των ανθρώπων
- Η Ελλάδα στον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο (Εθνική Αντίσταση και ο δεύτερος μεγάλος διχασμός των Ελλήνων)
- Εμφύλιος Πόλεμος και η σημασία του (αίτια, χαρακτηριστικά, επιπτώσεις)
- Η μετεμφυλιακή Ελλάδα
- Η Δικτατορία των Συνταγματαρχών (αίτια και συνέπειες)
- Η μεταδικτατορική Ελλάδα (κοινωνικές και πολιτικές συνιστώσες)
- Η Ελλάδα και η Ευρωπαϊκή Ένωση

- Τα «εθνικά θέματα» (Ελληνοτουρκικές σχέσεις, κυπριακό ζήτημα, μακεδονικό ζήτημα)

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	20
	Εργασία	20
	Αυτοτελής Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Χατζηιωσήφ, Χρ. (επιμ.), Ιστορία της Ελλάδας του 20ου αιώνα, Βιβλιόραμα, Αθήνα
- Ιστορία του Ελληνικού Έθνους, Εκδοτική Αθηνών, Αθήνα 1977, τ. ΙΓ΄-ΙΣΤ΄.
- Παναγιωτόπουλος, Βασ. (επιμ.), Ιστορία του Νέου Ελληνισμού, 1770-2000, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2003.
- Richard Clogg, Συνοπτική Ιστορία της Ελλάδας, 1770 -2000 Αθήνα: Κάτοπτρο, 2003.
- Θάνος Βερέμης –Γιάννης Κολιόπουλος, Ελλάς. Η σύγχρονη συνέχεια. Από το 1821 μέχρι σήμερα, Αθήνα, Καστανιώτης, 2006
- Δερτιλής Β. Γεώργιος «Η ιστορία της νεότερης και σύγχρονης Ελλάδας 1750 - 2015», Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης
- Κωστής Κώστας, Τα «κακομαθημένα» παιδιά της Ιστορίας», Η διαμόρφωση του
- Ελληνικού κράτους, 18^{ος}-21^{ος} αιώνας, Πόλις
- Νικολακόπουλος Ηλίας, Καχεκτική Δημοκρατία. Κόμματα και εκλογές 1946-1967, Αθήνα, Πατάκης
- Γιανουλόπουλος Γιάννης, “Η ευγενής μας τύφλωσις...”, Εξωτερική πολιτική και ‘εθνικά θέματα’. Από την ήττα του 1897 έως τη μικρασιατική καταστροφή, Βιβλιόραμα, Αθήνα, 2001.
- Βόγλης Πολυμέρης, Η αδύνατη επανάσταση. Η κοινωνική δυναμική του εμφυλίου πολέμου, εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Hering, G., Τα πολιτικά κόμματα στην Ελλάδα 1821-1936, ΜΙΕΤ, Αθήνα 2004.
- Gallant, Th., Νεότερη Ελλάδα. Από τον Πόλεμο της Ανεξαρτησίας μέχρι τις μέρες μας, επιστ. επιμέλεια Δ. Λαμπροπούλου-Κ. Γαρδίκια, Αθήνα, Πεδίο, 2017.
- Βασίλης Γούναρης, Ιάκωβος Μιχαηλίδης, Γιώργος Αγγελόπουλος (επιμ.) *Ταυτότητες στη Μακεδονία*, Παπαζήσης.
- Βερέμης, Θάνος, Οι επεμβάσεις του στρατού στην ελληνική πολιτική (1916-1936), Αθήνα, Οδυσσεάς
- Σωτήρης Ριζάς, Κωνσταντίνος Καραμανλής – Η Ελλάδα από τον Εμφύλιο στη Μεταπολίτευση (εκδ. Μεταίχμιο)
- Μαυρογορδάτος Γιώργος, Ομάδες πίεσης και δημοκρατία, Αθήνα, Πατάκης

- Φλάισερ Χάγκεν, Στέμμα και Σβάστικα: Η Ελλάδα της Κατοχής και της Αντίστασης, 1941-1944 Αθήνα, Παπαζήσης
- Ηρακλείδης Αλέξης, Το μακεδονικό ζήτημα, 1878-2018. Από τις εθνικές διεκδικήσεις στις συγκρουσιακές εθνικές ταυτότητες, Θεμέλιο, 2018
- Μαυρογορδάτος Γιώργος, Μετά το 1922: Η παράταση του διχασμού, Πατάκης, 2017
- Μαυρογορδάτος Γ., Χατζηιωσήφ Χρ. (επιμ.), Βενιζελισμός και αστικός εκσυγχρονισμός, Εκδότης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 1992
- Αλβανός Ραϋμόνδος, Σλαβόφωνοι και πρόσφυγες. Κράτος και πολιτικές ταυτότητες στη Μακεδονία του Μεσοπολέμου, Επίκεντρο, 2019
- Πλειός Γιώργος, Τα "εθνικά θέματα" στη δίνη των ΜΜΕ : Το Μακεδονικό, οι Ελληνοτουρκικές Σχέσεις και το Κυπριακό στην τηλεόραση και τον Τύπο, Σιδέρης, 2010
- Davis N. Z., "The Possibilities of the Past", *The Journal of Interdisciplinary History* XII:2 (1981) 267-275
- Foucault M., "Truth and Power", στο: *Power/Knowledge. Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*, Νέα Υόρκη 1980, σ. 109-133
- Ginzburg C., "The Possibilities of the Past [A Comment]", *Journal of Interdisciplinary History* 12 (Autumn 1981) 277-278.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7235	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	2	
	Εργαστήρια	2	
	Σύνολο	4	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα πραγματοποιεί μια εισαγωγή στο διαδικτυακό προγραμματισμό με επιλεγμένη γλώσσα προγραμματισμού (Python, Javascript και PHP).

Το μάθημα καλύπτει τις βασικές έννοιες και δομές προγραμματισμού όπως δομές ακολουθίας, επιλογής και επανάληψης.

Το μάθημα επίσης καλύπτει θέματα τεχνολογιών client-server, σύνδεση και ανάκτηση δεδομένων από διαδικτυακές βάσεις (MySQL, mariaDB κ.α.) με την χρήση SQL .

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοούν τις δυνατότητες του προγραμματισμού στο διαδίκτυο και τις διαφορές με τις τεχνολογίες δημιουργίας στατικών ιστοσελίδων (HTML)
2. Να συγκρίνουν και να αξιολογούν τις διαθέσιμες τεχνολογίες δημιουργίας διαδικτυακών εφαρμογών (στατικές ιστοσελίδες, δυναμικές ιστοσελίδες και εφαρμογές)
3. Να κατανοούν τις τεχνολογίες client side και server side.
4. Να κατανοούν τις βασικές έννοιες και δομές προγραμματισμού (δομή ακολουθίας, επιλογής, επανάληψης)
5. Να δημιουργούν απλά διαδικτυακά προγράμματα με επιλεγμένες γλώσσες προγραμματισμού (Python, PHP)
6. Να δημιουργούν προγράμματα με σύνδεση και ανάκτηση δεδομένων από διαδικτυακές βάσεις (MySQL, MariaDB).

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Δυναμικές ιστοσελίδες. Διαφορές από τις στατικές ιστοσελίδες
- Τεχνολογίες Client side και Server side
- Γλώσσες διαδικτυακού προγραμματισμού
- Εισαγωγή σε επιλεγμένη (νες) γλώσσες (π.χ. Python)
- Βασικές έννοιες και δομές προγραμματισμού σε επιλεγμένη γλώσσα
- Δημιουργία προγραμμάτων σε επιλεγμένη γλώσσα. Εργαστηριακές ασκήσεις και υλοποίηση εργασιών
- Σύνδεση με διαδικτυακές βάσεις δεδομένων. Ανάκτηση δεδομένων και προβολή σε ιστοσελίδα. Τροποποίηση δεδομένων και αποθήκευση

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με γλώσσες διαδικτυακές προγραμματισμού (python, PHP κτλ) Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα		
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%)</p> <p>III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Το βιβλίο της Python, Σαμαράς Νικόλαος, Τσιπλίδης Κωνσταντίνος, 2019, εκδόσεις Κριτική
- Εισαγωγή στον Προγραμματισμό Υπολογιστών με την Python, Πανέτσος Σπύρος, 2019, Εκδόσεις Τζιόλα
- Typed PHP, HEAL-Link Springer ebooks, 2016

ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7245	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Εργαστήρια			
Σύνολο	3	5	

ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Αντικείμενο του μαθήματος είναι η απόκτηση της απαραίτητης γνώσης για την δημιουργία ψηφιακών αφηγήσεων για επικοινωνιακούς σκοπούς. Το μάθημα θα πραγματοποιήσει εισαγωγή στην έννοια της αφήγησης, ιστορική αναδρομή στις εκφάνσεις της αφήγησης, και θα καλύψει επίσης την μετάβαση από την αφήγηση στην ψηφιακή αφήγηση καθώς και τα είδη ψηφιακών αφηγήσεων (προσωπικές ιστορίες, εξιστόρηση ιστορικών γεγονότων μέσα από προσωπική προοπτική κτλ).

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στις διαδικασίες, τεχνικές και εργαλεία δημιουργίας ολοκληρωμένων ψηφιακών αφηγήσεων, από την σύλληψη της ιδέας, της δημιουργίας σεναρίου μέχρι και την τελική παραγωγή. Εργαλεία που τυπικά χρησιμοποιούνται στην παραγωγή μιας πολυμεσικής ψηφιακής αφήγησης και που έχουν διδαχθεί σε προηγούμενα εξάμηνα όπως λογισμικά επεξεργασίας ψηφιογραφικών εικόνων και βίντεο, λογισμικά δημιουργίας και επεξεργασίας διανυσματικών γραφικών, λογισμικά δημιουργίας 2D κινούμενου σχεδίου, λογισμικά επεξεργασίας ήχου θα αξιοποιηθούν συνδυαστικά στα πλαίσια του μαθήματος. Περαιτέρω θα εξεταστούν και οι δυνατότητες που προσφέρουν άλλες σύγχρονες τεχνολογίες του σήμερα στην ψηφιακή αφήγηση όπως η εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, το διαδραστικό βίντεο, οι εφαρμογές κινητών συσκευών με βάση την θέση (location based apps) κ.α..

Στα πλαίσια επίσης του μαθήματος θα αναλυθεί επίσης εκτενώς η χρήση της ψηφιακής αφήγησης σε διάφορους τομείς της επικοινωνίας (π.χ. ενημέρωση, διαφήμιση & μάρκετινγκ, δημόσιες σχέσεις, πολιτική επικοινωνία, εκπαίδευση, δημόσιος λόγος) μέσα από περιπτωσιολογικές μελέτες.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοούν το πώς χρησιμοποιούνταν η αφήγηση διαχρονικά και πως έγινε η μετάβαση στην ψηφιακή αφήγηση.
2. Να κατανοούν την έννοια της ψηφιακής αφήγησης και τις διαφορές της από άλλες ψηφιακές δημιουργίες (ντοκουνμαντέρ, βίντεο παρουσίασης στοιχείων κτλ)
3. Να δημιουργούν σενάρια ψηφιακής αφήγησης με τεχνικές και εργαλεία δημιουργίας σεναρίων (storyboard, χάρτης ενσυναίσθησης, καταγισμός ιδεών)
4. Να αξιολογούν, να επιλέγουν και να χρησιμοποιούν συνδυαστικά λογισμικά και τεχνικές που διδάχθηκαν σε προηγούμενα μαθήματα του προγράμματος σπουδών για την δημιουργία ψηφιακών αφηγήσεων (δημιουργία βίντεο, λήψη και επεξεργασία φωτογραφίας, δημιουργία διανυσματικών γραφικών, κινούμενο σχέδιο κτλ)
5. Να εντοπίζουν, να συγκρίνουν και αν αξιολογούν καλές πρακτικές ψηφιακής αφήγησης σε διάφορα πεδία της επικοινωνίας (πληροφόρηση, ενημέρωση, εκπαίδευση, διαφήμιση-προώθηση, πολιτική επικοινωνία κ.α.)

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη η Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική εξέλιξης της αφήγησης και της Ψηφιακής Αφήγησης
- Τα είδη ψηφιακών αφηγήσεων. Προσωπικές ιστορίες εξιστόρηση γεγονότων μέσα από προσωπική ματιά.
- Περιπτωσιολογικές μελέτες ψηφιακής αφήγησης
- Η Ψηφιακή Αφήγηση στην εκπαίδευση
- Η Ψηφιακή Αφήγηση στην διαφήμιση- προώθηση, στον δημόσιο λόγο και την πολιτική επικοινωνία
- Δημιουργία χάρτη ενσυναίσθησης και σεναρίων για ψηφιακές αφηγήσεις. StoryBoarding.
- Τεχνικές και δημιουργία Ψηφιακών Αφηγήσεων με την χρήση λογισμικών επεξεργασίας βίντεο και φωτογραφίας
- Τεχνικές και δημιουργία Ψηφιακών Αφηγήσεων με την χρήση λογισμικών δημιουργίας διανυσματικών γραφικών και animation.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας πολυμέσων (επεξεργασία εικόνας, δημιουργία διανυσματικών γραφικών, δημιουργία βίντεο, επεξεργασία ήχου) για την δημιουργία ψηφιακών αφηγήσεων Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	25
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	30

	Προετοιμασία για εξετάσεις	25
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (40% η 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Digital Storytelling in Higher Education, Springer International Publishing, 2017
- Technologies for Interactive Digital Storytelling and Entertainment, Lecture Notes in Computer Science, 2006

ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (Social Informatics)

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

6. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7255	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (Social Informatics)		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι (Στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

7. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Τα ειδικά θέματα Κοινωνικής Πληροφορικής εμβαθύνουν σε μια διεπιστημονική προσέγγιση που περιλαμβάνει τομείς της Πληροφορικής και των Κοινωνικών Επιστημών. Στόχος είναι να εμβαθύνουν οι φοιτητές σε ειδικά θέματα που μπορούν να περιλαμβάνουν :</p> <ul style="list-style-type: none"> • την μελέτη κοινωνικών δεδομένων με μεθόδους πληροφορικής • την μελέτη της αλληλεπίδρασης και του ρόλου μεταξύ ηλεκτρονικών πλατφορμών και κοινωνικών φαινομένων, • την μελέτη εφαρμογών πληροφορικής σε διάφορα κοινωνικά φαινόμενα, • την εφαρμογή μεθόδων των κοινωνικών επιστημών και μεταφορά κοινωνικών αναπαραστάσεων στην σχεδίαση πληροφοριακών συστημάτων, • την σχεδίαση και μελέτη συστημάτων κοινωνικού ενδιαφέροντος. <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές /τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να αποκτήσουν το απαραίτητο θεωρητικό και πρακτικό υπόβαθρο ώστε να μελετούν και να διερευνούν την αλληλεπίδραση και τον ρόλο μεταξύ διαφόρων κοινωνικών φαινομένων και της πληροφορικής • Να εφαρμόζουν σύγχρονες θεωρίες για την μελέτη θεμάτων Κοινωνικής Πληροφορικής
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Λήψη αποφάσεων • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Εργασία σε διεθνές περιβάλλον • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις • Σχεδιασμός και Διαχείριση Έργων • Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

8. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικά Θέματα Κοινωνικής Πληροφορικής προς Μελέτη μπορούν να περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Θεωρίες, μέθοδοι και στόχοι στην Κοινωνική Πληροφορική • Υπολογιστικά Μοντέλα για την μελέτη Κοινωνικών Φαινομένων και για την μοντελοποίηση συμπεριφορών • Συμμετοχικά Κοινωνικά Συστήματα (Social Collaborative Systems) • Ανάλυση Κοινωνικών Δικτύων (Social Network Analysis) • Εξόρυξη Δεδομένων από Παγκόσμιο Ιστό και από Κοινωνικά Δίκτυα • Ποσοτικοποίηση και μοντελοποίηση κοινωνικών φαινομένων μέσω διαδικτυακών δεδομένων • Εξόρυξη Γνώμης από Κοινωνικά Δίκτυα • Αξιοπιστία διαδικτυακού περιεχομένου, Ψεύτικες Ειδήσεις • Εικονικές Κοινότητες (virtual communities) • Ανάλυση και Πρόβλεψη κοινωνικών φαινομένων και συμπεριφορών από δεδομένα παγκόσμιου ιστού • Ψηφιακή και Υπολογιστική Δημογραφία • Διαδίκτυο των Πραγμάτων • Εξέλιξη Παγκοσμίου Ιστού

9. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Σχεδίαση Εργασίας	20
	Εκπόνηση Εργασίας	20
	Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Εργασία (30%) II. Γραπτή Τελική Εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύνοψης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης	

10. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Βενέρης Γ. (2019). *Μίμησης Πληροφορική: Έννοιες και Τεχνολογίες*, Εκδόσεις Τζιόλα

Kadushin C. (2019) *Κοινωνικά Δίκτυα*, Εκδόσεις Κριτική

Αυδίκος Ε. (2016). *Πολιτισμοί του Διαδικτύου*, Εκδόσεις Πεδίο

Αποστολάκης Ι., Τζαναβάρας Δ. (2015) *Συνεργατικές Εφαρμογές στο Διαδίκτυο*, Εκδόσεις Παπαζήση

Giovanni Luca Ciampagli, Afra Mashhadi, Taha Yasseri (2017) *Social Informatics*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75492613

Tie-Yan Liu, Christie Napa Scollon, Wenwu Zhu (2015) *Social Informatics*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73266703

Rokia Missaoui, Talel Abdessalem, Matthieu Latapy (2017) *Trends in Social Network Analysis*, Springer International Publishing, κωδικός ευδόξου 75494712

L. M. Mahoney, T. Tang (2016) *Strategic Social Media: From Marketing to Social Change*, John Wiley & Sons, Κωδικός Ευδόξου 80503058

M.Z. Sobaci (2016) *Social Media and Local Governments*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75492622

B. Patrut, M. Patrut (2014) *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73254738

Khan (2017) *Social Media for Government*, Springer Singapore, κωδικός ευδόξου 75492623

Yun Fun (2014) *Human-Centered Social Media Analytics*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73241272

Gabriele Meiselwitz (2017) *Social Computing and Social Media. Human Behavior*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75492599

Panagiotis Germanakos, Marios Belk (2016) *Human-Centred Web Adaptation and Personalization: From theory to practice*, Κωδικός Ευδόξου 75487003

Gabriele Meiselwitz (2017) *Social Computing and Social Media. Applications and Analytics*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75492598

Jalal Kawash, Nitin Agarwal, Tansel Özyer (2017), *Prediction and Inference from Social Networks and Social Media*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75490880

J. A. Dator, J. A. Sweeney, A. M. Yee (2015) *Mutative Media: Communication Technologies and Power Relations in the Past, Present and Futures*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73265283

J. Kawash (2014) *Online Social Media and Visualization*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73248805

M. Medhat Gaber, M. Cocea, N. Wiratunga, A. Goker (2015) *Advances in Social Media Analysis*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73261504

Akhdar, B., Staniforth, A., Waddington, D. (2017) *Application of Social Media in Crisis Management*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75481795

Y. Baek, R. Ko, T. Marsh (2014) *Trends and Applications of Serious Gaming and Social Media*, Springer Singapore, Κωδικός Ευδόξου 73259609

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ: ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ (3D Animation - Motion Capture)

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7265	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ: ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ (3D Animation - Motion Capture)		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Εργαστήρια	2		
<i>Σύνολο</i>	4	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Η τρισδιάστατη κίνηση αφορά την κίνηση 3D χαρακτήρων και αντικειμένων σε τρισδιάστατου χώρου. Το 3D animation βρίσκεται χρησιμοποιείται ευρέως σε παιχνίδια ηλεκτρονικών υπολογιστών, στην εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα άλλα και σε μια σειρά από άλλες εφαρμογές επικοινωνίας όπως παρουσιάσεις, 3D βίντεο και ταινίες, Ψηφιακή Αφήγηση κ.α.

Σκοπός του μαθήματος να εισάγει τον φοιτητή στα είδη και στις τεχνολογίες και τεχνικές δημιουργίας 3D κινούμενου σχεδίου,

Οι φοιτητές επίσης στα πλαίσια του μαθήματος θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας τρισδιάστατου κινούμενου σχεδίου μέσω εργαστηριακών ασκήσεων και υλοποίησης ολοκληρωμένων εργασιών. Τα λογισμικά αυτά είναι εμπορικά (Maya, Motion Builder) η ανοιχτού κώδικα (Blender).

Οι φοιτητές επίσης θα έρθουν σε επαφή με εξοπλισμό καταγραφής κίνησης (Motion Capture) που υπάρχει στο τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων και θα ασχοληθούν με την μεταφορά των δεδομένων κίνησης σε τρισδιάστατους χαρακτήρες (Avatars) με την χρήση κατάλληλων λογισμικών (π.χ. Motion Builder).

Οι φοιτητές θα αξιοποιήσουν τις γνώσεις που έλαβαν από το μάθημα σχεδίασης τρισδιάστατων γραφικών για να δημιουργήσουν χαρακτήρες (Avatars) κατάλληλους για κίνηση. Τέλος οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με καλές πρακτικές χρήσης 3D κινούμενου σχεδίου σε τομείς της επικοινωνίας (διαφήμιση-προώθηση, ενημέρωση, εκπαίδευση)

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής / τρια θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοεί και να συγκρίνει τα διάφορα είδη 3D animation, τις βασικές αρχές δημιουργίας τους αλλά και τις προχωρημένες τεχνικές που χρησιμοποιούνται στην διαδικασία παραγωγής.
2. Να κατανοεί τις διαφορές και τις ιδιαιτερότητες στην παραγωγή του 3D κινούμενου σχεδίου από το 2
3. Να αξιολογεί και να προτείνει το κατάλληλο τύπο κινούμενου σχεδίου για την μετάδοση στοχευμένων μηνυμάτων για επικοινωνιακούς σκοπούς (προώθηση, ενημέρωση και ευαισθητοποίηση, εκπαίδευση).
4. Να αξιολογεί και να επιλέγει τα κατάλληλα λογισμικά και τις κατάλληλες τεχνικές για την δημιουργία 3D animation.
5. Να συνδυάζει λογισμικά παραγωγής τρισδιάστατων γραφικών τα οποία διδάχθηκαν σε προηγούμενα έτη με προγράμματα παραγωγής 3D κίνησης.
6. Να κατανοεί τις αρχές λειτουργίας του εξοπλισμού καταγραφής κίνησης (Motion Capture), να καταγράφει κίνηση μέσω του εξοπλισμού και να μεταφέρει την κίνηση σε ειδικά σχεδιασμένους 3D χαρακτήρες (Avatars) η αντικείμενα
7. Να προσαρμόζεται στις εξελίξεις του τομέα της δημιουργίας 3D κινούμενου σχεδίου.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ο ρόλος του 3D κινούμενου σχεδίου στην επικοινωνία
- Οι τεχνικές δημιουργίας του 3D κινούμενου σχεδίου (rendering, lighting, , texture, rigging κτλ)
- Λογισμικά παραγωγής 3D κινούμενου σχεδίου. Εμπορικά λογισμικά και λογισμικά ανοιχτού κώδικα

- Συνδυαστική χρήση προγραμμάτων σχεδίασης τρισδιάστατων γραφικών και κινούμενου σχεδίου
- Πραγματοποίηση εργαστηριακών ασκήσεων και υλοποίηση ολοκληρωμένων εργασιών
- Εξοπλισμός καταγραφής Κίνησης. Κατανόηση του τρόπου λειτουργίας, καταγραφή και μεταφορά κίνησης σε τρισδιάστατους χαρακτήρες (Avatars) και αντικείμενα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας 3D κίνησης και με εξοπλισμό Καταγραφής κίνησης (motion capture) Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (δύναται να δημιουργηθούν από το προσωπικό του τμήματος και φοιτητές)	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	24
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Understanding 3D Animation Using Maya, John Edgar Park, 2005, Springer New York
- Beginning Blender [electronic resource], Lance Flavell, 2010, Εκδόσεις Apress, HEAL-Link Springer ebooks

ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ7275	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν τις βασικές θεωρίες και μοντέλα που έχουν αναπτυχθεί για τη μελέτη της ψυχολογίας των ομάδων. Τα μάθημα εστιάζει στον τρόπο λειτουργίας, ανάπτυξης και δυναμικής των ομάδων, στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ατόμων και στους ρόλους εντός της ομάδας. Παράλληλα, αναλύονται θέματα σχετικά με την επικοινωνία, την λήψη αποφάσεων και τα συναισθήματα που λαμβάνουν χώρα στις ομάδες.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοούν τους μηχανισμούς επίδρασης της ομάδας στην αντίληψη και συμπεριφορά των ατόμων. • Να περιγράφουν τις διάφορες φάσεις ζωής μιας ομάδας. • Να διακρίνουν τα διάφορα συναισθήματα που εμφανίζονται στις ομάδες της καθημερινότητας. • Να συγκρίνουν την αποτελεσματικότητα και τους παράγοντες που επηρεάζουν την λήψη αποφάσεων του ατόμου συγκριτικά με της ομάδας. • Να εντάσσουν τις θεωρίες και αρχές περί επίδρασης ομάδων στη συμπεριφορά των ατόμων στα ποικίλα πεδία αναφοράς (π.χ. στην εκπαίδευση, στον εργασιακό χώρο, στη συμβουλευτική, και στη διοίκηση). • Να εφαρμόζουν τεχνικές «εμψυχωτή» μιας ομάδας σε υποθετικά σενάρια εργασίας.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Θεωρία πεδίου και δυναμική των ομάδων
- Η επίδραση της ομάδας στο άτομο.
- Οι σχέσεις μεταξύ των ομάδων
- Τα συναισθήματα που αναπτύσσονται στις ομάδες
- Οι διάφορες μορφές επιρροής των ομάδων
- Αποτελεσματικότητα λήψης απόφασης σε ομάδες
- Η επικοινωνία στις ομάδες
- Χαρακτηριστικά αρχηγού ομάδας και τεχνικές του εμπυχωτή.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Υποθετικά σενάρια εργασίας σε μικρές ομάδες	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none">- Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης- Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (20% ή 0%) III. Συμμετοχή σε ατομικές ή ομαδικές εργασίες υποθετικών σεναρίων (20 ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- BLANCHET, A., and TROGNON, A. (2002), *Ψυχολογία Ομάδων*, Α & Σ ΣΑΒΒΑΛΑΣ Α.Ε.
- Μαρούδα-Χατζούλη, Α. 2009, *Ανάγκη του Ανήκειν*, Πολύτροπον Α.Ε. Δημιουργικού Σχεδιασμού και Εκδόσεων
- Ναυρίδης Κ. (2005), *Ψυχολογία των Ομάδων*, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ
- Θεοδωράτου - Μπέκου Μ. (2006), *Ωρίμανση και Δυναμική Ομάδας*, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Forsyth, D., *Group Dynamics*, Cengage Learning.
- Paulus, P. B. (2015). *Psychology of group influence*. Psychology Press.
- Sherif, M. (2015). *Group conflict and co-operation: Their social psychology*. Psychology Press.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Wakefield, J. R., Bowe, M., Kellezi, B., McNamara, N., & Stevenson, C. (2019). *When groups help and when groups harm: Origins, developments, and future directions of the "Social Cure" perspective of group dynamics*. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(3), e12440.

- Steele, C. M., Spencer, S. J., & Aronson, J. (2002). *Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat*. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 34, pp. 379-440). Academic Press.
- Greenaway, K. H., Haslam, S. A., Cruwys, T., Branscombe, N. R., Ysseldyk, R., & Heldreth, C. (2015). *From "we" to "me": Group identification enhances perceived personal control with consequences for health and well-being*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(1), 53.
- Smith, E. R., & Mackie, D. M. (2016). *Group-level emotions*. *Current Opinion in Psychology*, 11, 15-19.

ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ, ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7285	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ, ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αναλύει τα θεωρητικά ρεύματα των Διεθνών Σχέσεων (ρεαλισμός, φιλελευθερισμός, κονστρουκτιβισμός, μαρξιστικές προσεγγίσεις) ώστε να κατανοηθούν οι διαφορετικές οπτικές του διεθνούς συστήματος. Συγκεκριμένα, η μελέτη των κύριων θεωρητικών σχολών σκέψης και των μεθοδολογικών εργαλείων που προσδιορίζουν το επιστημονικό πεδίο των Διεθνών Σχέσεων συμβάλλουν στην εξοικείωση των φοιτητών με τους κύριους παράγοντες του διεθνούς συστήματος σε συνδυασμό με βασικές έννοιες του πεδίου των Διεθνών Σχέσεων (έθνος, εθνικό κράτος, εθνικισμός, ήπια ισχύς, σκληρή ισχύς, διπλωματία, παγκοσμιοποίηση). Επίσης μελετάται κριτικά η αλληλεπίδραση μεταξύ κρατικών και μη κρατικών δρώντων καθώς και η ιστορική εξέλιξη των Διεθνών Σχέσεων κατά τον τελευταίο αιώνα. Στο πλαίσιο του μαθήματος, εξετάζονται ορισμένα διεθνή ζητήματα και παγκόσμιες απειλές για την ειρήνη όπως η τρομοκρατία, η παγκόσμια ανισότητα όσον αφορά την κατανομή του πλούτου, η κλιματική αλλαγή, κ.α..

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να:

- κατανοούν τις έννοιες της Διεθνούς πολιτικής, της Διπλωματίας και των Διεθνών Σχέσεων.
- περιγράφουν και να αναλύουν τις βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις των Διεθνών Σχέσεων και να διακρίνουν τις διαφορές τους
- αναλύουν και να αποτιμούν κριτικά το ρόλο των διάφορων μορφών ισχύος στη σύγχρονη διεθνή πολιτική.
- κατανοούν και να αναλύουν κριτικά την επίδραση της παγκοσμιοποίησης στη σύγχρονη διεθνή πολιτική.
- εφαρμόσουν τις υπάρχουσες θεωρήσεις προκειμένου να συγκρίνουν και αξιολογήσουν τα σύγχρονα διεθνή γεγονότα
- αντιλαμβάνονται τη σημασία του εθνικισμού και των εθνικών ταυτοτήτων και να αντιδιαστέλλουν κριτικά αυτές τις έννοιες με τον κοσμοπολιτισμό και την κοσμοπολίτικη ταυτότητα.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία/Αυτόνομη Εργασία
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Βασικές σχολές σκέψης και θεωρητικά ρεύματα (ρεαλισμός, φιλελευθερισμός, κονστρουκτιβισμός, μαρξισμός)
- Η έννοια της ισχύος (ήπια και σκληρή ισχύς) και η ισορροπία ισχύος στη θεωρία και πρακτική των διεθνών σχέσεων
- Η έννοια του εθνικισμού και η σημασία των εθνικών ταυτοτήτων
- Διεθνής οργάνωση και διεθνείς οργανισμοί
- Μη κυβερνητικές οργανώσεις και η σημασία τους στην παγκόσμια πολιτική
- Διπλωματία και διεθνές δίκαιο
- Οι διαφορετικές προσεγγίσεις της έννοιας της Παγκοσμιοποίησης
- Παγκόσμιες απειλές και διεθνείς σχέσεις

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	20
	Εργασία	20
	Αυτοτελής Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Εργασία (30%) Γραπτή Τελική Εξέταση (70%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Baylis, J., Smith, S. & Owens, P., 2013. *Η Παγκοσμιοποίηση της Διεθνούς Πολιτικής: Μια εισαγωγή στις Διεθνείς Σχέσεις*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Επίκεντρο.

- Heywood, A., 2013. *Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτική στην Παγκόσμια Εποχή*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ηρακλείδης, Α., 2000. *Η Διεθνής Κοινωνία και οι Θεωρίες των Διεθνών Σχέσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Σιδέρη.
- Γκίκας Β., Παπακωνσταντίνου Α., Προκάκης Κ. (2005), *Επικοινωνιακή Διπλωματία*, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα.
- Nye J. (2005), *Ήπια Ισχύς*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Jackson, R. & Sorensen, G., 2006. *Θεωρία και Μεθοδολογία των Διεθνών Σχέσεων: Η Σύγχρονη Συζήτηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Κουλουμπής, Θ., 2008. *Διεθνείς Σχέσεις: Ισχύς και Δικαιοσύνη*. 2^η έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Υφαντής, Κ., 2012. *Διεθνής Πολιτική Θεωρία: Η Γοητεία του Ρεαλιστικού Λόγου*. Αθήνα: Εκδόσεις Σιδέρη.
- Χατζηκωνσταντίνου, Κ., Σαρηγιαννίδης, Μ. & Μπαξεβάνης, Χ., 2012. *Θεωρητικές Αφετηρίες στις Διεθνείς Σχέσεις*. Αθήνα-Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Wight, M., 1998. *Διεθνής Θεωρία: Τα Τρία Ρεύματα Σκέψης*. Αθήνα: Εκδόσεις Ποιότητα.
- Τσινιζέλης, Μ. & Υφαντής, Κ., 2000. *Σύγχρονα Προβλήματα Διεθνών Σχέσεων, Κρατική Κυριαρχία: Απειλές και Προκλήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Σιδέρη.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜΜ 7295	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα πραγματεύεται τις αναδυόμενες μορφές δημοσιογραφίας στα νέα μέσα και τον τρόπο της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών για τη δημιουργία της ειδησης στο ψηφιακό περιβάλλον. Εξετάζεται η αναζήτηση και η αξιολόγηση των διαδικτυακών πηγών, οι νέες μορφές του ψηφιακού μηνύματος, η διαδραστικότητα, οι ιδιαιτερότητες της συγγραφής κειμένων για το διαδίκτυο και οι εναλλακτικές μορφές παρουσίασης της ειδησης με την ενσωμάτωση οπτικοακουστικού υλικού και

ζωντανών συνδέσεων. Ιδιαίτερη μνεία πραγματοποιείται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αλληλεπίδραση δημοσιογράφου και χρήστη διαδικτύου όσον αφορά την διαμόρφωση του περιεχομένου της είδησης. Επιπλέον, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες εξοικειώνονται με τους κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας στο ψηφιακό περιβάλλον.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοήσουν έννοιες και πρακτικές της διαδικτυακής δημοσιογραφίας
- Αντιληφθούν τις μοναδικές προκλήσεις, ευκαιρίες αλλά και τους ηθικούς και νομικούς περιορισμούς της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.
- Αξιολογήσουν με κριτική σκέψη την επίδραση του διαδικτύου στην επιστήμη και το επάγγελμα της δημοσιογραφίας
- Συγγράφουν αναρτήσεις για blogs με αποτελεσματικούς τίτλους, κατάλληλη δομή, συνδέσμους και λέξεις κλειδιά
- Αξιοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σαν ένα μέσο δημοσιότητας και εμπλοκής του χρήστη διαδικτύου
- Σχεδιάζουν αποτελεσματικές πολυμεσικές παραγωγές για τα ψηφιακά μέσα, χρησιμοποιώντας κείμενο, εικόνα, διαγράμματα, συνδέσμους, φωτογραφίες, ήχο και βίντεο

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Οι διαστάσεις της ψηφιακής δημοσιογραφίας
- Ψηφιακή σύγκλιση: Κοινωνικές, τεχνολογικές και επιστημολογικές προεκτάσεις
- Ψηφιακή αφήγηση
- Η έννοια της διαδικτυακής δημοσιογραφίας
- Είδη διαδικτυακής δημοσιογραφίας
- Χαρακτηριστικά της διαδικτυακής δημοσιογραφίας
- Τα ψηφιακά κέντρα τύπου
- Blogs και vlogs
- Ο ρόλος του βίντεο στις ψηφιακές ειδήσεις
- Γραφή ειδησεογραφικών κειμένων για το διαδίκτυο
- Δημοσιογραφία και μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Ηθική και δεοντολογία της ψηφιακής δημοσιογραφίας

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15

	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της διαδικτυακής δημοσιογραφίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Kalodzy, J. (2015), *Η δημοσιογραφία της σύγκλισης Μια πρακτική εισαγωγή στην αρθρογραφία για όλα τα Μέσα: Έντυπα, Οπτικοακουστικά, Ψηφιακά, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.*
- Βέγλης, Α., Καρούλης, Α. και Παμπόρτσης, Α. (1999), *Εφαρμογές Πληροφορικής στη Δημοσιογραφία Τόμος Α, Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα*
- Βέγλης, Α., Καρούλης, Α. και Παμπόρτσης, Α. (1999), *Εφαρμογές Πληροφορικής στη Δημοσιογραφία Τόμος Β', Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα*
- Γκαντζιάς, Γ. και Καμάρας, Δ. (2000), *Ψηφιακή Επικοινωνία, Zeno Publishers,*
- Hall, J. (2001). *Online journalism: A critical primer. Pluto Press.*
- Ward, M. (2013). *Journalism online. Routledge.*
- Friend, C., & Singer, J. (2015). *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions: Traditions and Transitions. Routledge.*
- Dewolk, R. (2000). *Introduction to online journalism: Publishing news and information. Prentice Hall Professional Technical Reference.*

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Deuze, M. (2001). *Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web. First Monday, Vol. 6 No. 10.*
- Steensen, S. (2011). *Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead. Journalism studies, Vol. 12 No. 3, pp. 311-327.*
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). *Between tradition and change: A review of recent research on online news production. Journalism, Vol. 10 No. 5, pp. 562-586.*
- Manosevitch, E., & Walker, D. (2009, April). *Reader comments to online opinion journalism: A space of public deliberation. In International Symposium on Online Journalism (Vol. 10, pp. 1-30).*
- Domingo, D., & Heinonen, A. (2008). *Weblogs and journalism. Nordicom review, Vol. 29 No. 1, pp. 3-15.*
- Matheson, D. (2004). *Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in online journalism. New media & society, Vol. 6 No. 4, pp. 443-468.*
- Deuze, M. (1999). *Journalism and the Web: An analysis of skills and standards in an online environment. Gazette (Leiden, Netherlands), Vol. 61 No.5, pp. 373-390.*
- Schultz, T. (1999). *Interactive options in online journalism: A content analysis of 100 US newspapers. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 5 No. 1, JCMC513.*

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 7305	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Συνολο	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν το φαινόμενο του τουρισμού και να γνωρίσουν τη δομή, λειτουργία και οργάνωση της τουριστικής βιομηχανίας καθώς και τη συμβολή των νέων μέσων στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανάλυση των τεχνικών μάρκετινγκ και προώθησης του τουριστικού προϊόντος με τη χρήση νέων τεχνολογιών (κινητά τηλέφωνα, διαδικτυακή διαφήμιση, μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά δίκτυα). Παράλληλα, το μάθημα εστιάζει στην περίπτωση του Ελληνικού Τουρισμού και της δομής της Ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διακρίνουν τις διάφορες μορφές οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων και των ενδιάμεσων. • Να διαχωρίζουν την Ελληνική τουριστική αγορά ανάλογα με το τύπο του τουριστικού προϊόντος και τον τύπο του τουρίστα. • Να προτείνουν την ένταξη επιμέρους τεχνολογικών εφαρμογών και ψηφιακών μέσων για τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την ψηφιακή εξέλιξη τουριστικών επιχειρήσεων • Να σχεδιάζουν καινοτόμα προγράμματα προώθησης τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών ενσωματώνοντας τις νέες τεχνολογίες.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Το τουριστικό φαινόμενο: τυπολογίες τουριστών και μορφές τουρισμού
- Χαρακτηριστικά τουριστικής προσφοράς
- Οικονομική Οργάνωση τουριστικών επιχειρήσεων και ενδιάμεσων
- Ηλεκτρονικό εμπόριο και τουριστικό επιχειρείν
- Ηλεκτρονική διαχείριση πελατείας
- Μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος με τη χρήση των νέων τεχνολογιών (κινητά τηλέφωνα, διαφήμιση, κοινωνικά μέσα, μηχανές αναζήτησης)
- Μάρκετινγκ τουριστικού προορισμού με τη χρήση νέων τεχνολογιών
- Έξυπνος τουριστικός προορισμός

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Υποθετικά σενάρια εργασίας σε μικρές ομάδες	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές/Ατομικές Εργασίες (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Κατσώνη, Β. (2017), *e-Tourism*, ΑΠ. ΚΑΙ ΑΝ. ΚΡΕΤΣΗ Ο.Ε.
- Κατσώνη, Β. (2017), *Επιχειρηματικότητα και επικοινωνία στον τουρισμό*, ΑΠ. ΚΑΙ ΑΝ. ΚΡΕΤΣΗ Ο.Ε.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2013), *Οικονομική του Τουρισμού, "Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ" ΚΙΜΕΡΗΣ Κ. ΘΩΜΑΣ*.
- Λαγος, Δ. (2018), *Τουριστική Οικονομική, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ*
- Long, P., & Morpeth, N. D. (Eds.). (2016). *Tourism and the Creative Industries: Theories, policies and practice*. Routledge.
- Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (Eds.). (2012). *Social media in travel, tourism and hospitality: Theory, practice and cases*. Ashgate Publishing, Ltd..
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Hudson, S., & Hudson, L. (2017). *Marketing for tourism, hospitality & events: a global & digital approach*. Sage.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Sotiriadis, M. D. (2017). *Sharing tourism experiences in social media: A literature review and a set of suggested business strategies*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 179-225.
- Jansson, A. (2018). *Rethinking post-tourism in the age of social media*. *Annals of Tourism Research*, 69, 101-110.
- Hudson, S., & Thal, K. (2013). *The impact of social media on the consumer decision process: Implications for tourism marketing*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 156-160.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). *Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations*. *Current issues in Tourism*, 16(3), 211-239.
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). *Social media in tourism and hospitality: A literature review*. *Journal of travel & tourism marketing*, 30(1-2), 3-22.
- Moro, S., & Rita, P. (2018). *Brand strategies in social media in hospitality and tourism*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 343-364.

Γ8. Μαθήματα 8ου Εξαμήνου

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8215	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τη διαδικασία διοίκησης της εταιρικής επικοινωνίας καθώς και τη σπουδαιότητα σχεδιασμού ενός ολοκληρωμένου επικοινωνιακού προγράμματος. Επιδίωξη του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές το νέο μοντέλο της εταιρικής επικοινωνίας, την έννοια, τις μορφές και τους άξονες ολοκλήρωσης της επικοινωνίας στους οργανισμούς. Το μάθημα οργανώνεται με τρόπο ώστε να παρουσιάσει αναλυτικά τους τρόπους διαχείρισης των σχέσεων με τις σημαντικές ομάδες ενδιαφερομένων ενός οργανισμού (μέτοχοι, εργαζόμενοι, τοπική κοινότητα, ΜΜΕ, κυβέρνηση και πελάτες) υπό το πρίσμα μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης των διαφόρων επικοινωνιακών λειτουργιών του οργανισμού.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Διακρίνουν τις διαφορές αναφορικά με τις έννοιες της εταιρικής επικοινωνίας, των ολοκληρωμένων επικοινωνιών και των ολοκληρωμένων επικοινωνιών μάρκετινγκ.
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της ολοκληρωμένης προσέγγισης για τη διαχείριση της εταιρικής επικοινωνίας.
- Κατανοούν τις διάφορες μορφές ολοκλήρωσης της εταιρικής επικοινωνίας ως προς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτητά τους ανάλογα με τον τύπο του οργανισμού.
- Συγκρίνουν και να αντιπαραβάλλουν τη συνεισφορά κάθε μιας επικοινωνιακής λειτουργίας στο σχεδιασμό ενός ολοκληρωμένου προγράμματος επικοινωνιών.
- Διαχωρίζουν τις ομάδες ενδιαφερομένων ενός οργανισμού βάσει της ισχύς και του βαθμού ενδιαφέροντός τους απέναντι στην επιχείρηση.
- Να προσαρμόζουν τις θεωρητικές προσεγγίσεις στην επιλογή κατάλληλων στρατηγικών για την επικοινωνία με διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων.

- Συνθέτουν ολοκληρωμένα προγράμματα επικοινωνίας για διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων σε επιχειρήσεις και οργανισμούς.
- Σχεδιάζουν προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.
- Ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των ολοκληρωμένων προγραμμάτων επικοινωνιών μέσω της ανάλυσης περιπτώσιολογικών μελετών.

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη και Ομαδική Εργασία
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Λήψη αποφάσεων
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής, και ηθικής υπευθυνότητας
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Εισαγωγή στις έννοιες της εταιρικής επικοινωνίας, της ολοκληρωμένης επικοινωνίας και της ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ.
- Το νέο μοντέλο της εταιρικής επικοινωνίας.
- Ο ρόλος της ολοκληρωμένης επικοινωνίας στον επικοινωνιακό προγραμματισμό και οι άξονες ολοκλήρωσης.
- Η έννοια της εταιρικής επικοινωνίας και των ομάδων ενδιαφερομένων.
- Η μήτρα ισχύος-ενδιαφέροντος.
- Στάδια ολοκληρωμένου προγράμματος επικοινωνιών.
- Η συμβολή της έρευνας στο σχεδιασμό ολοκληρωμένων προγραμμάτων επικοινωνιών.
- Διαχείριση σχέσεων με διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων.
- Ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών ολοκληρωμένων προγραμμάτων επικοινωνιών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Προετοιμασία, Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	20 ώρες
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ασκήσεων/εργασιών	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:	

	<ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της ολοκληρωμένης επικοινωνίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Παρουσίαση Ομαδικής/Ατομικής Εργασίας (20% ή 0%)</p> <p>III. Συμμετοχή στις Ατομικές/Ομαδικές Ασκήσεις (20% ή 0%).</p>
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Cornelissen, J. (2016), Εταιρική Επικοινωνία: Οδηγός Θεωρίας και Πρακτικής, Εκδόσεις Διαυλος.
- Hendrix, J. (2008), Δημόσιες Σχέσεις: Μελέτες Περιπτώσεων, Γ. Παρίκος & Σία Ε.Ε., Αθήνα.
- Argenti, P. (2016), Corporate Communication (7th Edition), McGraw-Hill.
- Van Riel, C. B., & Fombrun, C. J. (2007). Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- <https://paineublishing.com/measurementadvisor/wp-content/uploads/sites/4/2016/10/TCB-1611-RR-Commun-and-Marketing-Integration.pdf>
- Palazzo, M., Foroudi, P., Kitchen, P. J., & Siano, A. (2018). Developing corporate communications: an exploratory study. Qualitative Market Research: An International Journal. (Article in Press)
- Miles, S. (2017). Stakeholder theory classification: A theoretical and empirical evaluation of definitions. Journal of Business Ethics, 142(3), 437-459.
- Zeffass, A., & Viertmann, C. (2017). Creating business value through corporate communication: a theory-based framework and its practical application. Journal of Communication Management, 21(1), 68-81.
- Cho, M., Furey, L. D., & Mohr, T. (2017). Communicating corporate social responsibility on social media: Strategies, stakeholders, and public engagement on corporate Facebook. Business and Professional Communication Quarterly, 80(1), 52-69.
- Lim, J. S., & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. Public Relations Review, 43(4), 768-776.
- Zeffass, A., Verčič, D., & Volk, S. C. (2017). Communication evaluation and measurement: Skills, practices and utilization in European organizations. Corporate Communications: An International Journal, 22(1), 2-18.
- Ots, M., & Nyilasy, G. (2015). Integrated Marketing Communications (IMC): Why Does It Fail?: An Analysis of Practitioner Mental Models Exposes Barriers of IMC Implementation. Journal of Advertising Research, 55(2), 132-145.
- Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. (2012). Engaging stakeholders through Twitter: How nonprofit organizations are getting more out of 140 characters or less. Public Relations Review, 38(2), 313-318.
- Gregory, A. (2007). Involving stakeholders in developing corporate brands: the communication dimension. Journal of Marketing Management, 23(1-2), 59-73.
- Schultz, D. E. (1996), The Inevitability of Integrated Communications, Journal of Business Research, Vol. 37, No. 3, pp. 139-146.
- Foreman, J., & Argenti, P. A. (2005). How corporate communication influences strategy implementation, reputation and the corporate brand: an exploratory qualitative study. Corporate Reputation Review, 8(3), 245-264.
- Cornelissen, J. (2000), 'Integration' in Communication Management: Conceptual and Methodological Considerations, Journal of Marketing Management, Vol. 16, No. 6, pp. 597-606.

ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΥΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ (Big Data and Web Intelligence)

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8225	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΥΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ (Big Data and Web Intelligence)		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	
Σύνολο		3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογή Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι (Στα Αγγλικά)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Τα ειδικά θέματα Κοινωνικής Πληροφορικής εμβαθύνουν σε μια διεπιστημονική προσέγγιση που περιλαμβάνει τομείς της Πληροφορικής και των Κοινωνικών Επιστημών. Στόχος είναι να εμβαθύνουν οι φοιτητές σε ειδικά θέματα που μπορούν να περιλαμβάνουν :</p> <ul style="list-style-type: none"> • την μελέτη κοινωνικών δεδομένων με μεθόδους πληροφορικής • την μελέτη της αλληλεπίδρασης και του ρόλου μεταξύ ηλεκτρονικών πλατφορμών και κοινωνικών φαινομένων, • την μελέτη εφαρμογών πληροφορικής σε διάφορα κοινωνικά φαινόμενα, • την εφαρμογή μεθόδων των κοινωνικών επιστημών και μεταφορά κοινωνικών αναπαραστάσεων στην σχεδίαση πληροφοριακών συστημάτων, • την σχεδίαση και μελέτη συστημάτων κοινωνικού ενδιαφέροντος. <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές /τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να αποκτήσουν το απαραίτητο θεωρητικό και πρακτικό υπόβαθρο ώστε να μελετούν και να διερευνούν την αλληλεπίδραση και τον ρόλο μεταξύ διαφόρων κοινωνικών φαινομένων και της πληροφορικής • Να εφαρμόζουν σύγχρονες θεωρίες για την μελέτη θεμάτων Κοινωνικής Πληροφορικής
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> • Λήψη αποφάσεων

- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Σχεδιασμός και Διαχείριση Έργων
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικά Θέματα Κοινωνικής Πληροφορικής προς Μελέτη μπορούν να περιλαμβάνουν:

- Θεωρίες, μέθοδοι και στόχοι στην Κοινωνική Πληροφορική
- Υπολογιστικά Μοντέλα για την μελέτη Κοινωνικών Φαινομένων και για την μοντελοποίηση συμπεριφορών
- Συμμετοχικά Κοινωνικά Συστήματα (Social Collaborative Systems)
- Ανάλυση Κοινωνικών Δικτύων (Social Network Analysis)
- Εξόρυξη Δεδομένων από Παγκόσμιο Ιστό και από Κοινωνικά Δίκτυα
- Ποσοτικοποίηση και μοντελοποίηση κοινωνικών φαινομένων μέσω διαδικτυακών δεδομένων
- Εξόρυξη Γνώμης από Κοινωνικά Δίκτυα
- Αξιοπιστία διαδικτυακού περιεχομένου, Ψεύτικες Ειδήσεις
- Εικονικές Κοινότητες (virtual communities)
- Πρόβλεψη κοινωνικών φαινομένων και συμπεριφορών από δεδομένα παγκόσμιου ιστού
- Ψηφιακή και Υπολογιστική Δημογραφία
- Διαδίκτυο των Πραγμάτων
- Εξέλιξη Παγκοσμίου Ιστού

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Σχεδίαση Εργασίας	20
	Εκπόνηση Εργασίας	20
	Μελέτη	46
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Εργασία (30%) II. Γραπτή Τελική Εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

Anand Rajaraman, Jeffrey David Ullman (2014) *Εξόρυξη από Μεγάλα Σύνολα Δεδομένων*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών

Sander Klous, Nart Wielaard (2016) *We are Big Data: The Future of Information Society*, Atlantis Press, Κωδικός Εύδοξος 75495120

Kun MaAjith AbrahamBo YangRunyuan Sun (2016) *Intelligent Web Data Management: Software Architectures and Emerging Technologies*, Κωδικός Εύδοξος 75487654

Lei Chen, Christian S. Jensen, Cyrus Shahabi, Xiaochun Yang, Xiang Lian (2017) *Web and Big Data*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75495131

Shaoxu Song, Matthias Renz, Yang-Sae Moon (2017) *Web and Big Data*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75495130

Albert Y. Zomaya, Sherif Sakr (2017) *Handbook of Big Data Technologies*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75486565

V. Srinivasan (2016) *The Intelligent Enterprise in the Era of Big Data*, John Wiley & Sons

J.P. Isson (2016) *People analytics in the Era of Big Data: Changing the Way you Attract, Acquire, Develop and Retain Talent*, John Wiley & Sons

X. Cheng, W. Ma, H. Liu, H. Shen, S. Feng, X. Xie (2017) *Social Media Processing*, Springer Singapore, Κωδικός Ευδόξου 75492628

Shaoxu Song, Matthias Renz, Yang-Sae Moon (2017) *Seeing Cities through Big Data*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75492284

Alex Goncalves (2017) *Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance*, Apress, Κωδικός Ευδόξου 75492621

Jalal Kawash, Nitin Agarwal, Tansel Özyer (2017), *Prediction and Inference from Social Networks and Social Media*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75490880

M. Atzmueller, A. Chin, C. Scholz, C. Trattner (2015). *Mining, Modeling, and Recommending 'Things' in Social Media*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 73265095

Tan Pang - Ning, Steinbach Michael, Kumar Vipin, Βερούκιος Βασίλειος (2018) *Εισαγωγή στην Εξόρυξη Δεδομένων*, Εκδόσεις Τζιόλα

Κύρκος Ευστάθιος (2016) *Επιχειρηματική Ευφυΐα και Εξόρυξη Δεδομένων*, Αποθετήριο "Κάλλιπος"

Σταλίδης Γ, Καρδάρας Δ. (2016) *Διαχείριση Δεδομένων και Επιχειρηματική Ευφυΐα*, Αποθετήριο "Κάλλιπος"

Jalal Kawash, Nitin Agarwal, Tansel Özyer (2017), *Prediction and Inference from Social Networks and Social Media*, Springer International Publishing, Κωδικός Ευδόξου 75490880

Alex Goncalves (2017) *Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance*, κωδικός ευδόξου 75492621

ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8235	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Διαφήμιση	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα δίνει τη δυνατότητα σε φοιτητές και φοιτήτριες που έχουν ήδη εκτεθεί στο μάθημα της Διαφήμισης, να εντρυφήσουν σε ιδιαίτερες τεχνικές, σύγχρονες τάσεις και καινοτόμες μεθόδους. Συζητείται η επίδραση της μετανεωτερικότητας στη διαμόρφωση της διαφήμισης, η σχέση της Τέχνης με τη διαφήμιση, η διεθνής διαφήμιση, η χρησιμοποίηση των επώνυμων πρωταγωνιστών, τα ανδρικά και τα γυναικεία στερεότυπα, η τοποθέτηση προϊόντων σε κινηματογραφικές ταινίες και τηλεοπτικές σειρές, τα advergames και η διαφήμιση επαυξημένης και εικονικής πραγματικότητας. Παράλληλα, παρουσιάζονται εφαρμογές της νευροεπιστήμης στην εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης ενώ τίθενται προβληματισμοί σχετικά με τον οικονομικό της ρόλο και την κοινωνική της διάσταση.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Αναλύουν τον τρόπο επίδρασης της διαφήμισης στον καταναλωτή
- Προσδιορίζουν το πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου
- Κατανοούν σε βάθος τον κοινωνική, οικονομική και επιχειρηματική διάσταση της διαφήμισης
- Εκτιμούν το ρόλο του πολιτισμικού περιβάλλοντος και της κουλτούρας στη διαμόρφωση της διεθνούς διαφήμισης
- Αντιλαμβάνονται τις επιδράσεις της νεωτερικότητας και της μετανεωτερικότητας στη διαφήμιση
- Εκτιμούν τις σύγχρονες προκλήσεις για τη διαφήμιση μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον
- Κατανοούν τις εφαρμογές της διαφήμισης στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Αξιολογούν την καταλληλότητα σύγχρονων τεχνικών διαφήμισης και προώθησης για την προσέλκυση του στοχούμενου ακροατηρίου
- Αντιπαραβάλλουν και να συγκρίνουν διαφορετικά διαφημιστικά προγράμματα μέσα από την ανάλυση περιπτώσιολογικών μελετών.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η επίδραση της διαφήμισης στον καταναλωτή
- Οργάνωση και λειτουργία της διαφημιστικής εταιρίας
- Μετανεωτερικότητα και διαφήμιση

<ul style="list-style-type: none"> - Η απεικόνιση της διαφήμισης - Τέχνη και διαφήμιση - Διεθνής διαφήμιση - Η διαφήμιση στο διαδίκτυο - Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης - Η τοποθέτηση προϊόντων σε κινηματογραφικές ταινίες και σειρές - Advergaming - Διαφήμιση επαυξημένης και εικονικής πραγματικότητας - Νευροεπιστήμη και διαφήμιση - Κριτική προσέγγιση της διαφήμισης - Τα στερεότυπα στη διαφήμιση - Η πολιτική διαφήμιση - Ανάλυση περιπτώσεων μελετών σχετικά με σύγχρονα, ειδικά θέματα διαφήμισης.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση Περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύνοψης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της διαφήμισης σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας III. Ανάλυση Περιπτώσεων	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ζώτος, Γ., Ζώτου, Α., Κυρούση, Α., Μπουτσούκη, Χ., Πάλλα, Τ. και Χατζηθωμάς, Λ. (2018), Διαφήμιση, Σχεδιασμός, Ανάπτυξη, Αποτελεσματικότητα, 6^η Έκδοση, University Studio Press Α.Ε., Θεσσαλονίκη. • Τσακαρέστου, Μ. (2016), Συνδημιουργία στη Διαφήμιση, Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα • Κάβουρα, Α. (2016), Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Εκδόσεις Τσακουρίδου και Σια, Αθήνα • Αλεξιάδης Μ., (2014), Έντυπη Διαφήμιση και Λαϊκός Πολιτισμός, Εκδόσεις Αρμός, Αθήνα • Χαιρετάκης, Μ. (2015), ΜΜΕ, Διαφήμιση και Κατανάλωση: Η Ελληνική Περίπτωση 2000-2010, Ελληνική Εταιρία Πολιτικής Επιστήμης • Belch, G. and Belch, M. (2016), Διαφήμιση και Προώθηση (10^η Έκδοση), Εκδόσεις Α. Τζιόλα & Υιοί Ο.Ε., Θεσσαλονίκη.
--

- Arens, C., Arens, M., Weigold, M., Scheafer, D. (2015), *Αποτελεσματική Διαφήμιση*, Εκδόσεις Rosili.
- Μπονάντζ, Κ., και Τόμας, Σ. (1995), *Δον Ζουάν ή Παυλώφ-Ενα δοκίμιο για τη Διαφήμιση*, Εκδόσεις Εκκρεμές-Χριστίνα Ζήση
- Δουλκέρη, Τ. (2003), *Η Κοινωνιολογία της Διαφήμισης*, Εκδόσεις Παπαζήση Αθήνα
- Χατζηθωμάς, Λ. (2008), *Το χιούμορ στην τηλεοπτική διαφήμιση*, University Studio Press, Θεσσαλονίκη

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Tsihla, E., & Zotos, Y. (2016). *Gender portrayals revisited: searching for explicit and implicit stereotypes in Cypriot magazine advertisements*. *International Journal of Advertising*, 35(6), 983-1007.
- Zotos, Y. C., & Tsihla, E. (2014). *Female stereotypes in print advertising: A retrospective analysis*. *Procedia-social and behavioral sciences*, Vol. 148, pp. 446-454.
- Okazaki, S., & Taylor, C. R. (2013). *Social media and international advertising: theoretical challenges and future directions*. *International marketing review*, Vol. 30, No. 1, pp. 56-71.
- Okazaki, S., & Taylor, C. R. (2013). *Social media and international advertising: theoretical challenges and future directions*. *International Marketing Review*, Vol. 30 No. 1, pp. 56-71
- Huettl, V., & Gierl, H. (2012). *Visual art in advertising: The effects of utilitarian vs. hedonic product positioning and price information*. *Marketing Letters*, Vol. 23 No. 3, pp. 893-904.
- Lipsman, A., Mudd, G., Rich, M., & Bruich, S. (2012). *The power of "like": How brands reach (and influence) fans through social-media marketing*. *Journal of Advertising research*, Vol. 52, No. 1, pp. 40-52.
- An, S., & Stern, S. (2011). *Mitigating the effects of advergaming on children*. *Journal of Advertising*, Vol. 40 No. 1, pp. 43-56.
- Cauberghe, V., & De Pelsmacker, P. (2010). *Advergaming*. *Journal of advertising*, Vol. 39 No. pp. 5-18.
- Wise, K., Bolls, P. D., Kim, H., Venkataraman, A., & Meyer, R. (2008). *Enjoyment of advergaming and brand attitudes: The impact of thematic relevance*. *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 9 No. 1, pp. 27-36.
- Hetsroni, A., & Tukachinsky, R. H. (2005). *The use of fine art in advertising: A survey of creatives and content analysis of advertisements*. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 27 No. 1, pp. 93-107.
- d'Astous, A., & Chartier, F. (2000). *A study of factors affecting consumer evaluations and memory of product placements in movies*. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 22 No. 2, pp. 31-40.
- Gupta, P. B., & Lord, K. R. (1998). *Product placement in movies: The effect of prominence and mode on audience recall*. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 20 No 1, pp. 47-59.

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8245	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2		
Εργαστήρια	2		
Σύνολο	4	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τον φοιτητή στις βασικές έννοιες, το υλικό και τα μέσα των σύγχρονων τεχνολογιών της εικονικής, επαυξημένης και μεικτής πραγματικότητας. Πιο συγκεκριμένα ο φοιτητής/τρια θα διδαχθεί τι σημαίνει Εικονική και Επαυξημένη Πραγματικότητα, ποιες είναι οι βασικές απαιτήσεις σε υλικό και λογισμικό για την υλοποίησή τους, καθώς και τι είδους περιεχομένου μπορεί να δημιουργηθεί. Οι φοιτητές επίσης θα γνωρίσουν τα στοιχεία διεπαφής που επιτρέπουν το χειρισμό τέτοιων εφαρμογών, σε ποιους τομείς εφαρμόζονται οι εφαρμογές ΕπΠ, ενώ θα παρατεθούν παραδείγματα υλοποιήσεων και καινοτομικές εφαρμογές των τεχνολογιών αυτών στην επικοινωνία. Το τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων διαθέτει συσκευή εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας για αυτόν τον σκοπό.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Να κατανοούν τις έννοιες της εικονικής, επαυξημένης και μεικτής πραγματικότητας 2. Να γνωρίζουν, συγκρίνουν και αξιολογούν τις διάφορες τεχνολογίες εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας. 3. Να κατανοούν το πώς λειτουργούν οι τεχνολογίες αυτές σήμερα και να γνωρίζουν την ιστορική εξέλιξη των τεχνολογιών αυτών. 4. Να κατανοούν τον ρόλο άλλων τεχνολογιών που διδάχθηκαν σε άλλα μαθήματα του προγράμματος σπουδών όπως τρισδιάστατα γραφικά, και 3D κινούμενο σχέδιο στην δημιουργία εφαρμογών εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας. 5. Να δημιουργούν σενάρια για εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας και να δημιουργούν εφαρμογές με ειδικά λογισμικά. 6. Να ενσωματώνουν 3D γραφικά, 3D κινούμενο σχέδιο σε εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας 7. Να ενσωματώνουν βίντεο και άλλα στοιχεία (π.χ. 360° εικόνες) σε εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας 8. Να εντοπίζουν, να συγκρίνουν και να αξιολογούν καλές πρακτικές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας σε διάφορα πεδία της επικοινωνίας (Διαφήμιση, μάρκετινγκ, πληροφόρηση, ενημέρωση, εκπαίδευση, κ.α.) 9. Να μπορούν να προσαρμόζονται στις τεχνολογικές εξελίξεις που αφορούν τους τομείς αυτούς
Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική εξέλιξη των τεχνολογιών εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας
- Βασικές έννοιες εικονικής, επαυξημένης και μεικτής πραγματικότητας (Virtual Reality VR και Augmented Reality AR).
- Τεχνολογίες εικονικής πραγματικότητας σήμερα και βασικές αρχές λειτουργίας Virtual Reality HeadSets συνδεδεμένα με υπολογιστή, Virtual Reality HeadSets που λειτουργούν με κινητό (Oculus, Google Cardboard κτλ), Περιβάλλοντα εμβύθισης. Περιεχόμενο VR (εικονικά περιβάλλοντα, 360° βίντεο)
- Τεχνολογίες επαυξημένης πραγματικότητας σήμερα και βασικές αρχές λειτουργίας Εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας για κινητές συσκευές, εφαρμογές με βάση την θέση (location based AR), HeadSets επαυξημένης πραγματικότητας με σύνδεση σε υπολογιστή (π.χ. MagicLeap), αυτόνομα HeadSets (Hololens). Αναγνώριση εικόνας, αναγνώριση και εντοπισμός αντικειμένων, Markerless Tracking technology -SLAM, επαυξημένη πραγματικότητα με γεω-προσδιορισμό.
- Δημιουργία εφαρμογών εικονικής πραγματικότητας με κατάλληλα λογισμικά (π.χ. Cospaces, Google VR Tour Creator κτλ). Δημιουργία περιεχομένου 360° βίντεο η 360° εικόνων.
- Δημιουργία εφαρμογών επαυξημένης πραγματικότητας με κατάλληλα λογισμικά (π.χ. HP Reveal, MergeCube, Metaverse κτλ)
- Ενσωμάτωση τρισδιάστατων γραφικών (αντικείμενα σάρωσης η σχεδίασης), τρισδιάστατου κινούμενου σχεδίου και βίντεο σε εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας.
- Εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας στην Διαφήμιση-Μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών
- Εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας στην εκπαίδευση.
- Μελλοντικές τάσεις στον τομέα της εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	26
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	19
	Εργαστηριακές ασκήσεις	26
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η	24

	ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (20% η 0%) III. Εργαστηριακές ασκήσεις (20% η 0%).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Virtual Augmented and Mixed Reality, Stephanie Lackey / Jessie Chen, 2017, Lecture Notes in Computer Science (HEAL-Link Springer ebooks)
- Augmented Reality Virtual Reality and Computer Graphics, Lucio Tommaso De Paolis / Patrick Bourdot / Antonio Mongelli, 2017, Lecture Notes in Computer Science (HEAL-Link Springer ebooks)

ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8255	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Ασκήσεις Πράξης		
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να εξοικειωθούν οι φοιτητές με την έννοια και τα χαρακτηριστικά της πολιτικής είδησης και τις διάφορες μορφές πολιτικού ρεπορτάζ (κοινοβουλευτικό, κομμάτων, υπουργείων). Παράλληλα, κατανοούν τους διαφορετικούς τρόπους γραφής πολιτικών ειδήσεων, οργάνωσης και παραγωγής πολιτικών εκπομπών καθώς και μισούνται στους διάφορους τρόπους αναζήτησης συλλογής πληροφοριών. Επίσης, οι φοιτητές εξοικειώνονται στους τρόπους γραφής ειδήσεων που αφορούν θέματα εξωτερικής πολιτικής και διπλωματίας με ιδιαίτερη έμφαση στις Ελληνοτουρκικές Σχέσεις.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Να αναγνωρίζουν τις διάφορες μορφές πολιτικού ρεπορτάζ και να προσαρμόζουν τον τρόπο γραφής είδησης για κάθε μια από αυτές.
- Αναζητούν πηγές και πληροφορίες για τη συγγραφή πολιτικών και διπλωματικών ειδήσεων.
- Συζητούν και να αναλύουν την πολιτική επικαιρότητα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο αλλά και τις διπλωματικές ειδήσεις.
- Να συζητούν τις νέες τάσεις και προκλήσεις στο πολιτικό ρεπορτάζ.
- Να συγκρίνουν την ειδησεογραφική κάλυψη πολιτικών ζητημάτων μεταξύ χωρών.
- Να συνθέτουν πηγές (πολιτικές και διπλωματικές) για την σύνταξη πολιτικών και διπλωματικών ειδήσεων.
- Να ερμηνεύουν την επίδραση των ΜΜΕ στη διπλωματική πρακτική.
- Να συντάσσουν ειδήσεις που αφορούν τις Ελληνοτουρκικές σχέσεις, τη διεθνή πολιτική σκηνή, και την Ευρωπαϊκή Ένωση

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Εφαρμογή γνώσης στην πράξη
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ορισμός και παραδείγματα πολιτικών ειδήσεων
- Στόχοι πολιτικών συντακτών
- Διάφορες μορφές πολιτικού ρεπορτάζ (κοινοβουλευτικό, κομμάτων, κυβερνητικό, υπουργείων)
- Πολιτικό ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο
- Οργάνωση και παραγωγή πολιτικών εκπομπών
- Διαφορετικοί πολιτικοί λόγοι
- Ενημέρωση κυβερνητικού εκπροσώπου
- Συγγραφή ειδήσεων σχετικών με την εξωτερική πολιτική των χωρών και τα διεθνή ζητήματα
- Ελληνοτουρκικές σχέσεις

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες

	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Συμμετοχή σε σύντομες εργασίες μικρών ομάδων	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής Θεωριών και μοντέλων της επικοινωνίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές/Ατομικές Εργασίες (40% ή 0%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Στρατάκης Μ. (1997), Πολιτικό Ρεπορτάζ, ΓΕΡΜΑΝΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ. - Κομνηνού, Μ. και Παπαθανασόπουλος, Σ. 2000. Ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ - Βερέμης, Θ. 2005. Ιστορία των Ελληνοτουρκικών Σχέσεων, ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε - Μπακουνάκης, Ν. (2014), Δημοσιογράφος ή ρεπόρτερ. Η αφήγηση στις ελληνικές εφημερίδες, 19ος-20ός αιώνας, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΟΛΙΣ ΕΠΕ. - Kuhn, R., & Neveu, E. (Eds.). (2003). <i>Political journalism: New challenges, new practices</i>. Routledge. - Ekström, M., & Patrona, M. (Eds.). (2011). <i>Talking Politics in Broadcast Media: Cross-cultural perspectives on political interviewing, journalism and accountability</i> (Vol. 42). John Benjamins Publishing. - De Vreese, C., Esser, F., & Hopmann, D. N. (Eds.). (2016). <i>Comparing political journalism</i>. Routledge. - Williams, K. (2011). <i>International journalism</i>. Sage. - McNair, B. (2012). <i>Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere</i>. Routledge. - Seib, P. M., & c Seib, P. (1997). <i>Headline diplomacy: How news coverage affects foreign policy</i>. Greenwood Publishing Group.- <p>-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gilboa, E. (1998). <i>Media diplomacy: Conceptual divergence and applications</i>. <i>Harvard International Journal of Press/Politics</i>, 3(3), 56-75. - Wetzstein, I. (2010). <i>Mediated conflicts: Capacities and limitations of 'mediative journalism' in public diplomacy processes</i>. <i>International Communication Gazette</i>, 72(6), 503-520. - Gilboa, E. (2000). <i>Mass communication and diplomacy: A theoretical framework</i>. <i>Communication theory</i>, 10(3), 275-309. - Tunstall, J. (2002). <i>12 Trends in news media and political journalism</i>. <i>Political Journalism</i>, 227. - Seib, P. (2010). <i>Transnational journalism, public diplomacy, and virtual states</i>. <i>Journalism Studies</i>, 11(5), 734-744. - Ozguness, N., & Terzis, G. (2000). <i>Constraints and remedies for journalists reporting national conflict: The case of Greece and Turkey</i>. <i>Journalism Studies</i>, 1(3), 405-426. - Archetti, C. (2012). <i>The impact of new media on diplomatic practice: an evolutionary model of change</i>. <i>The Hague Journal of Diplomacy</i>, 7(2), 181-206.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8265	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Τον μάθημα αυτό απευθύνεται σε φοιτητές και φοιτήτριες που έχουν εκτεθεί σε μαθήματα Δημοσιογραφίας και πραγματεύεται τις στρατηγικές διεξαγωγής δημοσιογραφικής έρευνας σε βάθος για την προσέγγιση καίριων ζητημάτων εγκληματολογικού, πολιτικού, οικονομικού και ανθρωποκεντρικού περιεχομένου με ισχυρό αντίκτυπο στην κοινωνία. Εξετάζονται μέθοδοι και τεχνικές εξεύρεσης πληροφοριών και κριτικής αξιολόγησης αυτών, ζητήματα διαχείρισης σχέσεων και προστασίας των πηγών αλλά και του ίδιου του δημοσιογράφου, ενώ τονίζεται η σημασία της τεκμηρίωσης και της επαλήθευσης του περιεχομένου της είδησης. Επιπλέον, το μάθημα περιλαμβάνει την παρουσίαση και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει το διαδίκτυο για τη δημοσιογραφική έρευνα, όπως η αποτελεσματική χρήση βάσεων δεδομένων, ειδησεογραφικών πηγών από όλο τον κόσμο, οικονομικών αναφορών και δημοσίων εγγράφων.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Εκτιμήσουν τη σημασία διεξαγωγής δημοσιογραφικής έρευνας
- Αξιολογούν και επιλέγουν ιστορίες με ισχυρή επίπτωση στην κοινωνία
- Καλλιεργήσουν δεξιότητες αναζήτησης και αξιοποίησης πληροφοριών από το διαδίκτυο
- Αποκτήσουν ικανότητες διασταύρωσης και επαλήθευσης του περιεχομένου της είδησης
- Αντιληφθούν τη σημασία της καλλιέργειας σχέσεων με τις πηγές
- Κατανοήσουν τους περιορισμούς στη δημοσίευση περιεχομένου που υπαγορεύονται από τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας
- Βελτιώσουν τις ικανότητες διεξαγωγής συνέντευξης με ειδικούς από όλο τον κόσμο

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η στρατηγική μεθοδολογία της δημοσιογραφικής έρευνας
- Επαλήθευση της είδησης

- Αξιολόγηση θεμάτων
- Η έρευνα με βάση ιστορικά στοιχεία
- Η έρευνα μέσω συνεντεύξεων
- Δημοσιογραφική έρευνα και ιδιωτικότητα
- Τα πορτρέτα
- Τα παραλείπόμενα
- Σχέσεις με την αστυνομία και με πολιτικά πρόσωπα
- Η συζήτηση off the record
- Απόρρητα έγγραφα και πληροφορίες
- Ηθική και δεοντολογία κατά την δημοσιογραφική έρευνα
- Ερευνητική δημοσιογραφία και νέα μέσα

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	13
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Προετοιμασία για τις ατομικές και ομαδικές ασκήσεις	10
	Προετοιμασία για εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	109
	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύνοψης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και αρχών της ερευνητικής δημοσιογραφίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. <p>II. Εκπόνηση και Παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας</p>

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Στρατάκης, Μ. (2006), *Ερευνητική Δημοσιογραφία*, Εκδόσεις Γερμανός, Θεσσαλονίκη
- Σπιτερί, Ζ. (2009), *Ο δημοσιογράφος και οι εξουσίες του*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Ραμόνε, Ι. (2011), *Η έκρηξη της Δημοσιογραφίας: Από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στη Μαζικότητα των Μέσων Ενημέρωσης*, Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου, Αθήνα
- Στρατάκης, Μ. (1997), *Πολιτικό Ρεπορτάζ*, Εκδόσεις Γερμανός, Θεσσαλονίκη
- Δεμερτζής, Ν. (2002), *Πολιτική Επικοινωνία, Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Μιχαλάς, Τ. (1999), *Το ρεπορτάζ, ένα βοήθημα για δημοσιογράφους*, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα
- De Burgh, H. (2008). *Investigative journalism*. Routledge.

- Aucoin, J. (2007). *The evolution of American investigative journalism*. University of Missouri Press.
- Pilger, J. (2011). *Tell me no lies: Investigative journalism and its triumphs*. Random House.
- Spark, D. (2012). *Investigative reporting: A study in technique*. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Coddington, M. (2015). *Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting*. *Digital Journalism*, Vol. 3 No.3, pp. 331-348.
- Parasić, S. (2015). *Data-driven revelation? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of "big data"*. *Digital Journalism*, Vol. 3 No. 3, pp. 364-380.
- Stetka, V., & Örnebring, H. (2013). *Investigative journalism in Central and Eastern Europe: Autonomy, business models, and democratic roles*. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 18 No.4, pp. 413-435.
- Houston, B. (2010). *The future of investigative journalism*. *Daedalus*, Vol. 139 No. 2, pp. 45-56.
- Feldstein, M. (2006). *A muckraking model: Investigative reporting cycles in American history*. *Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 11 No. 2, pp. 105-120.
- Knight, A. (2000). *Online investigative journalism*. *Australian Journalism Review*, Vol. 22 No. 2, p. 48.
- Glasser, T. L., & Ettema, J. S. (1989). *Investigative journalism and the moral order*. *Critical Studies in Media Communication*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-20.
- Ettema, J. S., & Glasser, T. L. (1988). *Narrative form and moral force: The realization of innocence and guilt through investigative journalism*. *Journal of Communication*, Vol. 38 No. 3, pp. 8-26.

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8275	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Το μάθημα αποσκοπεί στην εισαγωγή των φοιτητών και φοιτητριών στην έννοια και το γνωστικό αντικείμενο της εργασιακής και οργανωσιακής ψυχολογίας και στην μελέτη της εφαρμογής των σε επιχειρήσεις και οργανισμούς. Εξετάζεται η αλληλεπίδραση του ατόμου με το περιβάλλον και το αντικείμενο της εργασίας του, αλλά και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των ατόμων στο εργασιακό περιβάλλον. Παρουσιάζονται οι έννοιες της οργανωσιακής κουλτούρας, της ηγεσίας, των εργασιακών στάσεων, της προσωπικότητας στο χώρο εργασίας, της παρακίνησης και των κινήτρων, της συναισθηματικής νοημοσύνης και της ψυχομετρικής αξιολόγησης. Επιπλέον το μάθημα πραγματεύεται τις επιπτώσεις της ικανοποίησης και της δυσαρέσκειας από την εργασία, την επαγγελματική εξουθένωση και το εργασιακό στρες. Τέλος, έμφαση δίνεται σε θεωρίες μάθησης και εκπαίδευσης στον εργασιακό χώρο.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:

- Κατανοούν τις θεωρίες για το σχεδιασμό και την κουλτούρα των οργανισμών
- Εξηγούν το ρόλο της εργασιακής ψυχολογίας σε επιχειρήσεις και οργανισμούς
- Διακρίνουν τα είδη ηγεσίας και τις επιπτώσεις τους στην ψυχολογία των εργαζομένων
- Κατανοούν τα κίνητρα και της συμπεριφορές μέσα στον εργασιακό χώρο
- Εφαρμόσουν θεωρίες και μοντέλα της εργασιακής ψυχολογίας προκειμένου να βελτιώσουν στάσεις, απόδοση και συμπεριφορά στο εργασιακό περιβάλλον
- Αξιολογούν κριτικά τις θεωρίες παρακίνησης
- Εκτιμούν την αξία της ψυχομετρικής αξιολόγησης στο εργασιακό περιβάλλον
- Σχεδιάζουν το πλαίσιο και τις προϋποθέσεις για την επιτυχημένη εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων στον εργασιακό χώρο.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Κριτική σκέψη
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Η έννοια και το γνωστικό αντικείμενο της εργασιακής ψυχολογίας
- Ιστορική εξέλιξη της εργασιακής ψυχολογίας
- Ψυχολογία των ατομικών διαφορών
- Ψυχομετρική αξιολόγηση
- Η συναισθηματική νοημοσύνη στο χώρο εργασίας
- Προσωπικότητα και χώρος εργασίας
- Στερεότυπα στον εργασιακό χώρο
- Η Παρακίνηση στο εργασιακό περιβάλλον
- Στάσεις και συμπεριφορές στον εργασιακό χώρο
- Άγχος και επαγγελματική εξουθένωση
- Η μάθηση και εκπαίδευση στον εργασιακό χώρο
- Η δυναμική των ομάδων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ.	Στην τάξη
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του μαθήματος	20
	Συγγραφή Ομαδικής Εργασίας	15
	Ανάλυση περιπτώσεων σε μικρές ομάδες	20
	Προετοιμασία για τις εξετάσεις	30
	Εξετάσεις	2
	Σύνολο Μαθήματος	126
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης - Ερωτήσεις εφαρμογής θεωριών και μοντέλων της εργασιακής ψυχολογίας σε περιπτώσεις και προβλήματα. II. Εκπόνηση και παρουσίαση Ομαδικής Εργασίας	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Βακόλα, Μ. και Νικολάου, Ι. (2011), *Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά*, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
- Γαλανάκης, Μ. (2012), *Εργασιακή Ψυχολογία, Νέες προσεγγίσεις και πρακτικές παρεμβάσεις*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Greenberg, J., Robert, B.A. και Αντωνίου Α-Σ. (2013), *Οργανωσιακή Ψυχολογία και Συμπεριφορά*, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα
- Coolican, H. (2008), *Ψυχολογία της Εργασίας*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Robbins, S.P. και Judge, T.A. (2018), *Οργανωσιακή Συμπεριφορά Βασικές έννοιες και σύγχρονες προσεγγίσεις*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- Αντωνίου, Α.-Σ.(2014), *Εισαγωγή στη Βιομηχανική και Οργανωσιακή Ψυχολογία*, Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα
- Φαναριώτης, Π. (1996), *Ανθρώπινες Σχέσεις στο Εργασιακό Περιβάλλον Εισαγωγή στη Σύγχρονη Επιχειρησιακή Ψυχολογία*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Γιαννουλέας, Μ.Π. (1998), *Συμπεριφορά και Διαπροσωπική Επικοινωνία στον Εργασιακό Χώρο*, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Tremblay, M. A., Blanchard, C. M., Taylor, S., Pelletier, L. G., & Villeneuve, M. (2009). *Work Extrinsic and Intrinsic Motivation Scale: Its value for organizational psychology research. Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, Vol. 41 No.), p. 213.
- Halbesleben, J. R., & Buckley, M. R. (2004). *Burnout in organizational life. Journal of management*, Vol. 30 No. 6, pp. 859-879.
- Thomas, A., Buboltz, W. C., & Winkelspecht, C. S. (2004). *Job characteristics and personality as predictors of job satisfaction. Organizational Analysis*, Vol. 12 No. 2, pp. 205-219.
- Van Dick, R. (2001). *Identification in organizational contexts: Linking theory and research from social and organizational psychology. International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 4, pp. 265-283.
- Cascio, W. F. (1995). *Whither industrial and organizational psychology in a changing world of work?. American psychologist*, Vol. 50 No. 11, p. 928.

- Triandis, H. C. (1994). *Cross-cultural industrial and organizational psychology*. In H. C. Triandis, M. D. Dunnette, & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 103-172). Palo Alto, CA, US: Consulting Psychologists Press.
- Kanfer, R. (1990). *Motivation theory and industrial and organizational psychology*. *Handbook of industrial and organizational psychology*, Vol 1 No. 2, pp. 75-130.
- Weiss, H. M. (1990). *Learning theory and industrial and organizational psychology*. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 171-221). Palo Alto, CA, US: Consulting Psychologists Press.

ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8285	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Σύνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Οι φοιτήτριες/ες έρχονται σε επαφή με την οπτική της ανθρωπολογίας σε σχέση με ποικίλες όψεις της ανθρώπινης συμπεριφοράς μέσω του οπτικού μέσου. Οι μέθοδοι της οπτικής ανθρωπολογίας αξιοποιούνται μέσα στην έρευνα και τη διδασκαλία της ανθρώπινης και πολιτισμικής έκφρασης, αλληλεπίδρασης κι επικοινωνίας.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες:

- Θα έχουν αποκτήσει γνώσεις στο υποπεδίο της "Οπτικής ανθρωπολογίας" και θα αναγνωρίζουν τους τρόπους χρήσης οπτικού υλικού στην ανθρωπολογία της επικοινωνίας.
- Θα μπορούν να αναλύσουν και ερευνήσουν τα κοινωνικά ζητήματα μέσα από οπτικά ερεθίσματα.
- Θα έχουν ανακαλύψει νέους και δημιουργικούς τρόπους παρουσίασης και αξιοποίησης οπτικών εθνογραφικών δεδομένων ως μέσο επικοινωνίας.

- Θα ανακαλύψουν τις καλύτερες πρακτικές ώστε να ερμηνεύουν την ανθρώπινη συμπεριφορά διασχίζοντας πολιτισμικά και κοινωνικά όρια.
- Θα είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν την οπτική ανθρωπολογία ως μέθοδο ανάλυσης πολυποίκιλων όψεων της ανθρώπινης ετερότητας σε όλες τις μορφές της (εμφυλές, εθνικές, εθνοτικές, θρησκευτικές, ικανότητας/δυσικανότητας κλπ).

Γενικές Ικανότητες

- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Διεύρυνση σκέψης σε σχέση με βασικές έννοιες στο πεδίο της οπτικής ανθρωπολογίας σε σχέση με την επικοινωνία..

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα αυτό εστιάζει στη χρήση της οπτικής ανθρωπολογίας ως εργαλείο προκειμένου να προσεγγίσει ζητήματα επικοινωνίας και μετάδοσης μηνυμάτων σε ποικίλα πολιτισμικά πλαίσια. Το μάθημα εξετάζει μια ευρεία ποικιλία οπτικών μέσων, όπως ζωγραφική, φωτογραφία, ταινία, βίντεο και ψηφιακές τεχνολογίες, για να διερευνήσει τους τρόπους με τους οποίους αυτά, ως επικοινωνιακά μέσα, διαμορφώνουν τόσο την αντίληψη όσο και την εμπειρία πολιτισμικών διαφορών.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο – στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Αυτοτελής Μελέτη	86
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	I. Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανάπτυξης Ή II. Εργασία (100%)	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Νικολακάκης Γιώργος, (1998), *Εθνογραφικός Κινηματογράφος και ντοκιμαντέρ*, Εκδόσεις: Ιωάννης Σολδάτος.
- Στεφανή Εύα (2007), *10 Κείμενα για το ντοκιμαντέρ*. Εκδόσεις Πατάκη.
- Crawford P. I. & Turton, D. (1992). *Film as Ethnography*, Manchester University Press.
- Virilio P. (2003), *Πόλεμος και Κινηματογράφος*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Γούλης Δ. (2016), *Εικόνες της παιδικής ηλικίας στη μεγάλη οθόνη: σκέψεις και ιδέες για την αξιοποίηση του κινηματογράφου στην εκπαίδευση*. University Studio Press.
- Grimshaw Anna & Ravetz Amanda, (2012), *Ο κινηματογράφος της Παρατήρησης*, Εκδόσεις: Πόλις ΕΠΕ.
- Κακάμπουρα Ρέα &Κασσαβέτη Ορσαλία-Ελένη (2018). *Οπτική Εθνογραφία και Εκπαίδευση: Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Διδακτικές προτάσεις*. Αθήνα: Πεδίο.
- FischerMichael (1998), «Ο Κινηματογράφος ως Εθνογραφία κι ως πολιτισμικής κριτική» στο Δ. Γκέφου Μαδιανού (επιμ) *Ανθρωπολογική Θεωρία και Εθνογραφία*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Σολδάτος Γιάννης (1990), *Ιστορία του Ελληνικού Κινηματογράφου*, τόμ. Δ', Αθήνα: Αιγόκερως.

- Αθανασάτου Ιωάννα, «Οι γυναίκες από τις δύο πλευρές της κάμερας. Προσεγγίσεις στην αναζήτηση γυναικείας ταυτότητας», στο Διαμαντής Λεβεντάκος (επιμ.), *Όψεις του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου*, Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών και Κέντρο Οπτικοακουστικών Μελετών, τόμ. 2, Αθήνα, 2002, σελ. 159-170.
- Pappas Peter, (1975), "The engagement of Anna. Toward the Definition of a New Greek Cinema", *A Review of Contemporary Media*, 9: 4-9.
- Φερρό Μαρκ, (2002), *Κινηματογράφος και Ιστορία*, Αθήνα: Μεταίχιμο.
- StamR. (2006), *Εισαγωγή στην Ιστορία του Κινηματογράφου*, Αθήνα: Πατάκης.
- Καρυστιάνη Ιωάννα, (2004), *Νύφες*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Σωτηροπούλου Χρυσάνθη, (1995), *Η διασπορά στον Ελληνικό Κινηματογράφο, επιδράσεις και επιρροές στη θεματολογική εξέλιξη των ταινιών της περιόδου 1945-1986*, Αθήνα: Θεμέλιο.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά Visual Anthropology, Visual Ethnography, Visual Anthropology Review.

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8295	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Εργαστήρια			
Σύνολο	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Τα ψηφιακά παιχνίδια (ΨΠ) αποτελούν περιβάλλοντα που προσελκύουν μεγάλο πλήθος χρηστών, καθώς και το ερευνητικό ενδιαφέρον σε πεδία όπως η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, οι νευροεπιστήμες, η εκπαίδευση, η οικονομία, και η πληροφορική.

Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τον φοιτητή στην θεωρία των παιχνιδιών και της παιχνιδοποίησης (gamification), την διεπιστημονική προσέγγιση για τη μελέτη των βιντεοπαιχνιδιών και τον ρόλο των παιχνιδιών και της παιχνιδοποίησης σε τομείς της επικοινωνίας (Διαφήμιση- Μάρκετινγκ, Εκπαίδευση, ενημέρωση κτλ) καθώς και στην επισκόπηση της σχετικής έρευνας.

Το μάθημα επίσης θα επικεντρωθεί στην δημιουργία σεναρίων και παιχνιδιών για ψυχαγωγικούς και παράλληλα επικοινωνιακούς σκοπούς.

Για τον σκοπό αυτό οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά παραγωγής παιχνιδιών (GDevelop, Scratch, Kodu κτλ) για το σκοπό αυτό.

Επίσης στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με περιπτωσιολογικές μελέτες, θα παίξουν, μελετήσουν και θα αναλύσουν ψηφιακά παιχνίδια μελετώντας την δομή, τη λειτουργία τους, την επιρροή τους στην κοινωνία και την επικοινωνία.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Να κατανοούν τον ρόλο των ψηφιακών παιχνιδιών και της παιχνιδοποίησης (gamification) στην επικοινωνία
2. Να συγκρίνουν και να αξιολογούν ψηφιακά παιχνίδια για την επίτευξη επικοινωνιακών στόχων
3. Να σχεδιάζουν υλοποιούν ψηφιακά παιχνίδια με την χρήση λογισμικών (ελεύθερου ή ανοιχτού κώδικα π.χ. GDevelop, Scratch, Kodu)
4. Να χρησιμοποιούν τις γνώσεις που έχουν λάβει από άλλα μαθήματα του προγράμματος σπουδών (π.χ. σχεδίαση διανυσματικών γραφικών, λήψη και επεξεργασία ήχου, επεξεργασία εικόνας) στην δημιουργία ψηφιακών παιχνιδιών
5. Να σχεδιάζουν σεναρία παιχνιδιών για την επίτευξη επικοινωνιακών σκοπών
6. Να σχεδιάζουν σεναρία παιχνιδοποίησης (gamification) για άλλους τομείς (π.χ. εκπαίδευση, διαφήμιση)
7. Να δημιουργούν εκπαιδευτικό υλικό με ψηφιακά παιχνίδια (Game Based Learning) και υλικό βασισμένο σε αρχές παιχνιδοποίησης
8. Να αναπτύξουν δεξιότητες συνεργασίας, δημιουργικής και κριτικής σκέψης μέσω ψηφιακού αλφαριθμητισμού και διεπιστημονικής προσέγγισης

Γενικές Ικανότητες

- Αυτόνομη ή Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Δημιουργικότητα
- Άσκηση κριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης και επαγωγικής σκέψης
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ενδεικτικές ενότητες:

- Ιστορική εξέλιξη των παιχνιδιών. Δημοφιλή παιχνίδια στην ιστορία του gaming
- Η έννοια της παιχνιδοποίησης.
- Βασικές κατηγορίες παιχνιδιών και οι βασικές διαφορές του gameplay

<ul style="list-style-type: none"> • Τρόποι αξιοποίησης των ανθρώπινων συναισθημάτων και ενστίκτων από τα ψηφιακά παιχνίδια • Επικοινωνιακές διαστάσεις των ψηφιακών παιχνιδιών. Ψηφιακά παιχνίδια και ο ρόλος τους στην κοινωνία και σε τομείς της επικοινωνίας (Μάρκετινγκ, εκπαίδευση κτλ). Η παιχνιδοποίηση στα πλαίσια της εκπαίδευσης, της υγείας, των επιχειρήσεων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: ερμηνείες, παραδείγματα και κριτικές • Τεχνητή νοημοσύνη και παιχνίδια • Τα ψηφιακά παιχνίδια και η παιχνιδοποίηση ως εργαλεία μάθησης. Επισκόπηση της Μάθησης που βασίζεται στο Ψηφιακό Παιχνίδι • Βασικές αρχές σχεδιασμού παιχνιδιών • Δημιουργία σεναρίων για ψηφιακά παιχνίδια. Υλοποίηση ψηφιακών παιχνιδιών με την χρήση λογισμικών (π.χ. Kodu, Scratch, GDevelop, Game Builder κ.α.). • Αξιοποίηση των γνώσεων που έχουν λάβει οι φοιτητές σε άλλα μαθήματα (π.χ. σχεδίαση διανυσματικών γραφικών, επεξεργασία ήχου και εικόνας) για την παραγωγή παιχνιδιών <p>Δημιουργία σεναρίων και υλοποίηση ψηφιακών παιχνιδιών για τη επίτευξη επικοινωνιακών στόχων (π.χ. εκπαίδευση).</p>

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με λογισμικά δημιουργίας πολυμέσων (επεξεργασία εικόνας, δημιουργίας διανυσματικών γραφικών, δημιουργίας βίντεο, επεξεργασία ήχου) για την δημιουργία ψηφιακών αφηγήσεων</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p> <p>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας με βιντεομαθήματα (μέρος αυτών δύναται να δημιουργηθεί από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους φοιτητές του τμήματος)</p>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	32
	Προετοιμασία για την παρακολούθηση του Μαθήματος	26
	Εργαστηριακές ασκήσεις	
	Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών η ομαδικών εργασιών και παρουσίαση	37
	Προετοιμασία για εξετάσεις	31
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% η 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης • Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης • Ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας . <p>II. Εκπόνηση Ατομικής η Ομαδικής Εργασίας και παρουσίαση (40% η 0%)</p>	

--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Ψηφιακά Παιχνίδια, Γιάννης Σκαρπέλος, John Richard Sageng, Ηλίας Στουραΐτης, Ηρώ Βούλγαρη, Ελεάνα Πανδιά, Ελίνα Ροϊνιώτη, Χάρης Παπαευαγγέλου, Πέτρος Πετρίδης, Γεώργιος Ν. Γιαννακάκης, Αντώνιος Λιάπης, Oasis Publications, 2019
- ΒΙΝΤΕΟΠΑΙΧΝΙΔΙΑ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΚΩΣΤΑΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 2009
- Simulation and Serious Games for Education, Yiyu Cai / Sui Lin Goei / Wim Trooster, 2017, Springer Singapore, HEAL-Link Wiley ebooks
Serious Games and Edutainment Applications, Minhua Ma / Andreas Oikonomou, 2017, Springer International Publishing

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8305	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	Διαλέξεις	3	
	Συνολο	3	5
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ (στην Αγγλική)		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν τη δομή, τον τρόπο λειτουργίας, το περιβάλλον και τα χαρακτηριστικά των βασικότερων πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών όπως τη βιομηχανία των αναπαραστατικών και εικαστικών τεχνών (π.χ. μουσεία), του κινηματογράφου, της μουσικής, του βιβλίου κλπ. Αναλύονται οι φορείς καθώς και οι εφαρμοζόμενες πολιτικές σε Ευρωπαϊκό και Εθνικό Επίπεδο στις πολιτιστικές και δημιουργικές

<p>βιομηχανίες. Παράλληλα, αναλύεται η χρήση των νέων τεχνολογιών στην διαδικασία παραγωγής, διανομής, και προώθησης των προϊόντων των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να διακρίνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για κάθε μια από τις βασικότερες πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες. • Να κρίνουν την αποδοτικότητα των υφιστάμενων πολιτικών διαχείρισης των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών. • Να εντάσσουν τις νέες τεχνολογίες τόσο στην παραγωγή όσο και στην επικοινωνία και προώθηση των πολιτιστικών αγαθών. • Να ερμηνεύουν και να συζητούν την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά πολιτισμού.
<p>Γενικές Ικανότητες</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ομαδική Εργασία • Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών • Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης • Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Ενδεικτικές ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Το περιβάλλον των Πολιτιστικών και Δημιουργικών (ΠΚΔ) βιομηχανιών - Χαρακτηριστικά ΠΚΔ βιομηχανιών - Δομή και Λειτουργία ΠΚΔ οργανισμών - Η έννοια της πολιτιστικής εμπειρίας - Πολιτικές στήριξης ΠΚΔ βιομηχανιών σε Ευρωπαϊκό και Εθνικό Επίπεδο - Μουσεία και Πολιτιστικό Θέαμα - Κινηματογραφική Βιομηχανία - Μουσική Βιομηχανία - Στρατηγικές Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας πολιτιστικών οργανισμών - Νέες τεχνολογίες και ΠΚΔ οργανισμών
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39 ώρες
	Μελέτη-Ατομική Έρευνα (Έρευνα Διαδικτύου)	12 ώρες
	Συγγραφή Εργασίας και Παρουσίαση	20 ώρες
	Συμμετοχή σε σύντομες εργασίες μικρών ομάδων	12 ώρες
	Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος	12 ώρες
	Προετοιμασία για Εξετάσεις	30 ώρες
	Σύνολο Μαθήματος με Εκπόνηση Εργασίας	125 ώρες

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>I. Γραπτή τελική εξέταση (60% ή 100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης - Ερωτήσεις Ανοιχτής Απάντησης <p>II. Παρουσίαση και Συμμετοχή σε Ομαδικές/Ατομικές Εργασίες (40% ή 0%)</p>
----------------------------	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Βερνίκος, ν., Δασκαλοπούλου, Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπουμπάρης Ν., Παπαγεωργίου Δ. (Επιμ.) (2015), Πολιτιστικές Βιομηχανίες, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ
- Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011), Πολιτιστική Επικοινωνία, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ.
- Αυδίκος, Β. (2013), Οι πολιτισμικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα, Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε.
- Kolb, B. M. (2016). *Marketing strategy for creative and cultural industries*. Routledge.
- R. Caves (2010) *Creative Industries*, Cambridge Mass., Harvard University Press
- D. Throsby (2001) *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press
- Hill, E., O'Sullivan, T., & O'Sullivan, C. (2012). *Creative arts marketing*. Routledge.
- Kerrigan, F. (2017). *Film marketing*. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:

- Peltoniemi, M. (2015). *Cultural industries: Product–market characteristics, management challenges and industry dynamics*. *International journal of management reviews*, 17(1), 41-68.
- Gonzalez, R., Llopis, J., & Gasco, J. (2015). *Social networks in cultural industries*. *Journal of Business Research*, 68(4), 823-828.
- Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). *A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy*. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17-31.
- McNichol, T. (2005). *Creative marketing strategies in small museums: up close and innovative*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 10(4), 239-247.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΨΜ 8315	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Κατ' Επιλογής Υποχρεωτικό		

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Κατόπιν συνεννόησης με τον διδάσκοντα
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - θα γνωρίζουν το θεωρητικό πλαίσιο της επιστήμης της υπολογιστικής γλωσσολογίας, - θα έχουν αποκτήσει γενική θεώρηση της δομής του γλωσσικού συστήματος, - θα κατανοούν τη σχέση της γλώσσας με άλλα γνωστικά αντικείμενα, - θα συγκροτούν και θα επεξεργάζονται γλωσσικά δεδομένα με ηλεκτρονικά εργαλεία, - θα είναι σε θέση να προβούν σε ανάλυση του λόγου με συνδυαστική χρήση ηλεκτρονικών εργαλείων και δεδομένων, - θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, απαραίτητες για να συνεχίσουν σε περαιτέρω σπουδές με μεγάλο βαθμό αυτονομίας, - θα είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορίες, ιδέες, προβλήματα και λύσεις τόσο σε ειδικευμένο όσο και σε μη εξειδικευμένο κοινό.
Γενικές Ικανότητες
<ul style="list-style-type: none"> - Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών - Αυτόνομη εργασία - Ομαδική εργασία - Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον - Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών - Σχεδιασμός και διαχείριση έργων - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Το μάθημα αυτό αποτελεί εισαγωγή στην επιστήμη της υπολογιστικής γλωσσολογίας. Εστιάζει, επίσης, στα εργαλεία επεξεργασίας των φυσικών γλωσσών και στις εφαρμογές της. Περιλαμβάνει, συνοπτικά, τις ακόλουθες ενότητες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Εισαγωγή στην Τεχνητή Νοημοσύνη και την Υπολογιστική Γλωσσολογία. - Τεχνικές ανάλυσης κειμένων σε μορφολογικό, συντακτικό και σημασιολογικό επίπεδο: γλωσσικά δεδομένα και ηλεκτρονικά εργαλεία. - Σώματα κειμένων: σχεδιασμός και δημιουργία ηλεκτρονικών σωμάτων κειμένων, με έμφαση σε
--

κειμένα που αντλούνται από ιστοτόπους ειδησεογραφικού περιεχομένου και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- Μεθοδολογικά εργαλεία για την ανάλυση και επεξεργασία των σωμάτων κειμένων: κατάλογοι συχνότητας, συμπραστικοί πίνακες, εντοπισμός λεξικών συμπλεγμάτων και λέξεων-κλειδιών.
- Ηλεκτρονικά λεξικά: δομή, κατασκευή και εφαρμογή των ηλεκτρονικών λεξικά για την ανάλυση σωμάτων κειμένων.
- Αυτόματα πεπερασμένων καταστάσεων και δημιουργία γραμματικών.
- Επεξεργασία φυσικής γλώσσας και ανάλυση περιεχόμενου.
- Εφαρμογές της υπολογιστικής γλωσσολογίας: οντολογίες, παραγωγή κειμένων, κατάταξη κειμένων, εξόρυξη πληροφορίας, εξόρυξη γνώμης, ανάλυση συναισθήματος, μηχανική μάθηση, μηχανική μετάφραση.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο, στην αίθουσα διδασκαλίας	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση διαδικτυακών πηγών για υποστήριξη και εμπλουτισμό της διδασκαλίας. Χρήση υπολογιστικών εργαλείων κατά τη διδασκαλία. Χρήση βιντεο-προβολέα στην αίθουσα για την προβολή οπτικοακουστικού υλικού. Χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη διδακτικής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	39
	Συγγραφή ατομικής ή ομαδικής προαιρετικής εργασίας / εκπόνηση μελέτης	41
	Αυτόνομη Μελέτη	45
	Σύνολο Μαθήματος	125
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος προκύπτει από το σύνολο των παρακάτω παραμέτρων:</p> <p>I. Γραπτή τελική εξέταση που συνήθως περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ερωτήσεις σύντομης απάντησης - Ερωτήσεις ελεύθερης ανάπτυξης - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής <p>II. Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</p> <p>III. Προαιρετική παρουσίαση ατομικής ή ομαδικής εργασίας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές από το 1^ο μάθημα και είναι προσβάσιμα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class.</p>	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Τάντος, Α., Μαρκαντωνάτου, Σ., Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Ά., Κυριακοπούλου, Π., 2015. Υπολογιστική γλωσσολογία. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Γούτσος, Δ., Φραγκάκη, Γ., 2015. Εισαγωγή στη γλωσσολογία σωμάτων κειμένων. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Φραντζή Κ., 2012, *Εισαγωγή στην Επεξεργασία Σωμάτων Κειμένων*, Αθήνα: Εκδόσεις Ίων (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22768951)
- Γούτσος Δ., 2012, *Γλώσσα – Κείμενο, Ποικιλία, Σύστημα*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22712315)
- Παυλίδου Θ.-Σ., 2008, *Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης*, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών. (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 3252)
- Ράλλη Α., 2005, *Μορφολογία*, Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21783)
- Κλαίρης Χ. – Μπαμπινιώτης Γ., 2011, *Γραμματική της Νέας Ελληνικής Δομολειτουργική – Επικοινωνιακή*, Εκδόσεις: Κέντρο Λεξικολογίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12983291)
- Κλαίρης Χ. – Μπαμπινιώτης Γ., 2011, *Συνοπτική Γραμματική της Νέας Ελληνικής*, Εκδόσεις: Κέντρο Λεξικολογίας (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 12983310)
- Chomsky N., 1965, *Aspects of the Theory of Syntax*, The MIT Press
- Gross M., 1997, “The Construction of Local Grammars”, in E. Roche Y. Schabès. *Finite-State Language Processing*, MIT Press, pp.329-354
- Harris, Z., 1968, *Mathematical Structures of Language*, New York: Interscience Publishers, John Wiley and Sons.
- Κλαίρης Χ., 2012, *Λειτουργική Γλωσσολογία*. Εκδόσεις Νεφέλη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22771765)
- Mackridge P., Φιλιππάκη-Warburton E., 2007, *Βασική γραμματική της σύγχρονης ελληνικής γλώσσας*, Εκδόσεις Πατάκη (Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 21399)