

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ:	Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστήμων		
ΤΜΗΜΑ:	Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ:	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	EY4-MKT5	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ:	
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Επικοινωνία με τη Χρήση Νέων Τεχνολογιών		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	5	
Ομάδες Εμβάθυνσης	1		
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:	Μάθημα Ειδικότητας		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS:	Όχι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL):	https://eclass.uniwa.gr/courses/BA224/		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- Ο φοιτητής θα ασχοληθεί με τις έννοιες που σχετίζονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την ηλεκτρονική επικοινωνία λαμβάνοντας υπόψη την περίοδο πανδημίας και της ψηφιακής μεταρρύθμισης
- Ο φοιτητής θα μπορεί να διακρίνει τις μορφές και το περιεχόμενο της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και θα μπορεί να μελετήσει, να σχεδιάσει και να αναπτύξει την επικοινωνία μίας επιχείρησης ή ενός πολιτιστικού οργανισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναλύοντας, συνθέτοντας και αξιολογώντας τις απαιτήσεις για την ηλεκτρονική επικοινωνία και την υιοθέτηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τόσο στο ελληνικό αλλά και το παγκόσμιο περιβάλλον.

Ο σκοπός αυτός επιτυγχάνεται με τη χρήση σύγχρονων μεθόδων θεωρητικής διδασκαλίας, με μελέτες περιπτώσεων και παρουσιάσεις στελεχών ελληνικών και πολυεθνικών εταιρειών που ασχολούνται με την ηλεκτρονική επικοινωνία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Λήψη αποφάσεων
- Ασκήσεις κριτικής
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Σχεδιασμός και Διαχείριση Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στην ηλεκτρονική επικοινωνία, σύγχρονες τάσεις και νέες τεχνολογίες. Επικοινωνία, Διαφήμιση, Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον
2. Υπηρεσίες ευφυούς αυτοματοποίησης στην 4η Βιομηχανική Επανάσταση
3. Ανάλυση Ψηφιακού Περιβάλλοντος: Κοινωνικά, νομικά, τεχνολογικά, και θέματα επιχειρηματικότητας
4. Δίκτυα στην ψηφιακή επικοινωνία και θεωρήσεις που συνδέονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
5. Δημιουργία Αίσθησης Κοινότητας στο ψηφιακό περιβάλλον (online/ digital community). Δημιουργία αξίας στην ηλεκτρονική επικοινωνία
6. Επικοινωνία, online διαφήμιση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Μηχανισμοί και Εργαλεία)
7. Οργανωτική δομή μίας διαφημιστικής εταιρείας και ο digital manager
8. Ανάλυση ψηφιακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τάσεις: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn
9. Ανάλυση ψηφιακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τάσεις: Pinterest, Instagram, Flickr, Podcast, Tiktok, Spotify, Social Bookmarking Sites
10. Επικοινωνία και διαφήμιση σε κινητές συσκευές (mobile advertising)
11. Search engine, email και video marketing. Ιδιότητες της επικοινωνίας στο Διαδίκτυο σε σύγκριση με τα άλλα μέσα. Επικοινωνία word of mouth στο διαδίκτυο
12. Κοινωνικά δίκτυα
13. Προκλήσεις στο ψηφιακό μάρκετινγκ και στην σύγχρονη ολιστική επικοινωνία
14. Μελέτες περιπτώσεων από το επικοινωνιακό έργο επιχειρήσεων, πολιτισμικών μονάδων ή και κρατικών οργανισμών αναφορικά με την επικοινωνία για την παρουσίαση των προϊόντων/ υπηρεσιών/ αγαθών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με παραδείγματα και case studies από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ & ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ:	Διδασκαλία – Διαλέξεις στην τάξη.												
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ:	<u>Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</u>												
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Δραστηριότητα</th> <th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>Αυτοτελής Μελέτη</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Σύνολο (25 Ώρες Φόρτου Εργασίας ανά Πιστωτική Μονάδα)</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	39	Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	24	Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	23	Αυτοτελής Μελέτη	39	Σύνολο (25 Ώρες Φόρτου Εργασίας ανά Πιστωτική Μονάδα)	125
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου												
Διαλέξεις	39												
Ασκήσεις που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	24												
Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	23												
Αυτοτελής Μελέτη	39												
Σύνολο (25 Ώρες Φόρτου Εργασίας ανά Πιστωτική Μονάδα)	125												
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ:	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης : Ελληνικά</p> <p>Γραπτή Τελική Εξέταση (80%) η οποία περιλαμβάνει: Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής Ερωτήσεις σύντομης απάντησης για συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας. <u>Σκοπός αξιολόγησης</u>: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.</p> <p><u>Κριτήρια αξιολόγησης</u>: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων. Ανάλυση ρόλων και ενδιαφερομένων μερών σε σύντομη μελέτη περίπτωσης (20%)</p>												

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Ελληνική

- Κάβουρα, Α. (2021) Επικοινωνία, Διαφήμιση και Μάρκετινγκ στο Ψηφιακό Περιβάλλον και ο ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Αθήνα: Gutenberg.
- Βλαχοπούλου, Μ. (2019) Ψηφιακό Μάρκετινγκ. Από τη θεωρία στην πράξη. Αθήνα: Rosili.
- Βλάχβη, Μ. (2019) Μάρκετινγκ. Αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα. Αθήνα: Μπένου.

-Συναφή Επιστημονικά Περιοδικά:

- International Journal of Internet Marketing and Advertising
- Critical Studies in Media Communication
- Global Media and Communication