



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
2020-2021

Καστοριά, Μάιος 2020

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.	25
Γ3. Μαθήματα 3 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	28
Γ4. Μαθήματα 4 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	34
Γ5. Μαθήματα 5 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	39
Γ6. Μαθήματα 6 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	45
Γ7. Μαθήματα 7 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	49
Γ8. Μαθήματα 8 ^{ου} Εξαμήνου.....σελ.	53

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 με διεθνή προσανατολισμό που ταυτόχρονα 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, η διαχείριση φήμης και επωνυμίας, η δημοσιότητα και οι στρατηγικές επικοινωνιακές εκστρατείες. 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. Οι απόφοιτοι μπορούν να συμβάλλουν στην επαγγελματική εξέλιξη του κλάδου της Επικοινωνίας συνδυάζοντας και ενσωματώνοντας τις εξελίξεις και τις καινοτομίες των Ψηφιακών Μέσων πρωτοπορώντας έτσι σε αναδυόμενους κλάδους του γνωστικού πεδίου της Επικοινωνίας.

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

Αναπληρώτρια Πρόεδρος:

Δόμνα Μιχαήλ, Καθηγήτρια

Σύνθεση Συνέλευσης Τμήματος:

Γεώργιος Λάμπας, Πρόεδρος (Καθηγητής του Τμήματος ΕΨΜ)

Δόμνα Μιχαήλ, Αναπληρώτρια Πρόεδρος (Καθηγήτρια του Τμήματος ΕΨΜ)

Αμαλία Τριανταφυλλίδου, Μέλος (Επίκουρη Καθηγήτρια του Τμήματος ΕΨΜ)

Ειρήνη Τσίχλα, Μέλος (Επίκουρη Καθηγήτρια του Τμήματος ΕΨΜ)

Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος, Μέλος (Επίκουρος Καθηγητής του Τμήματος ΕΨΜ)

Μιχαήλ Βρίγκας, Μέλος (Επίκουρος Καθηγητής του Τμήματος ΕΨΜ)

Στέφανος Γκούτζιος, Μέλος (ΕΤΕΠ του Τμήματος ΕΨΜ)

Συμμετέχει επίσης ως Μέλος Εκπρόσωπος Φοιτητών

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,
Αν. Διευθυντής Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Δημόσιος Λόγος και Ψηφιακά Μέσα»

Δόμνα Μιχαήλ,
Καθηγήτρια Ανθρωπολογίας της Εκπαίδευσης της Μετανάστευσης και των Μειονοτήτων
Αναπληρώτρια Πρόεδρος, Ιδρυματική Υπεύθυνη Πρακτικής Άσκησης ΕΣΠΑ

Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος,
Επίκουρος Καθηγητής Διαδικτυακές Τεχνολογίες στην Επικοινωνία και την Εκπαίδευση
Υπεύθυνος Εράσμου (Erasmus) Τμήματος, Υπεύθυνος Πρακτικής Άσκησης Τμήματος

Αμαλία Τριανταφυλλίδου,
Επίκουρη Καθηγήτρια Επικοινωνίας με έμφαση στις Δημόσιες Σχέσεις
Σύμβουλος Σπουδών

Ειρήνη Τσίγλα,
Επίκουρη Καθηγήτρια Μάρκετινγκ με έμφαση στην Επικοινωνία Καταναλωτών
Υπεύθυνη Ελέγχου Λογοκλοπής

Μιχαήλ Βρίγκας
Επίκουρος Καθηγητής 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

ΕΤΕΠ Τμήματος:

Στέφανος Γκούτζιος

Γραμματεία :

Αθηνά Δούμα, Προισταμένη Γραμματείας
Γεώργιος Δημητριάδης, Διοικητικός Υπάλληλος Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας
Κυριακού Ευαγγελία, Διοικητικός Υπάλληλος Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας
Τηλέφωνο 2467087061, Φάξ 2467087063, email: sec-cdm@uowm.gr

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 Λάμπας

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 το Ακαδημαϊκό Έτος 2020-2021 με συμμετοχή στις Πανελλαδικές Εξετάσεις 2020 το Τμήμα μπορεί να δηλωθεί από το 1^ο Επιστημονικό Πεδίο: Ανθρωπιστικές, Νομικές και Κοινωνικές Επιστήμες και από το 4^ο Επιστημονικό Πεδίο: Επιστήμες Οικονομίας και Πληροφορικής. Για την εισαγωγή με τις Πανελλαδικές εξετάσεις 2020 στο Τμήμα **ΔΕΝ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ** η εξέταση σε ειδικό μάθημα. Προγραμματίζεται ωστόσο από το έτος 2021 το Τμήμα να ενταχθεί μαζί με τα Τμήματα που έχουν 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 και τον **Κανονισμό Διδακτορικό Σπουδών** του Τμήματος.

B4. Διάγραμμα Μαθημάτων

Κωδ.	1ο ΕΞΑΜΗΝΟ	Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 1115	ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΕΨΜ 1125	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	Υ	3		5
ΕΨΜ 1135	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ	Υ	2	2	5

ΕΨΜ 1145	ΑΡΧΕΣ ΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ	Υ	2	2	5
ΕΨΜ 1155	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΕΨΜ 1165	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ	Υ	3		5

30

2ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 2114	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	3		4
ΕΨΜ 2124	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	Υ	3		4
ΕΨΜ 2135	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	3		5
ΕΨΜ 2144	ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ ΚΑΙ ΗΧΟΥ	Υ	2	2	4
ΕΨΜ 2154	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ Ι	Υ	2	2	4
ΕΨΜ 2164	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	Υ	3		4
ΕΨΜ 2175	ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Υ	3		5

30

3ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 3114	ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Υ	2	2	4
ΕΨΜ 3125	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	Υ	3		5
ΕΨΜ 3135	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΥ - ΜΗΧΑΝΗΣ	Υ	3		5
ΕΨΜ 3144	ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ	Υ	3		4
3 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 3214	ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3224	ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3234	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3244	ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	2	2	4
ΕΨΜ 3254	ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ Ι	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3264	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3274	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟ ΙΙ	ΕΥ	2	2	4
ΕΨΜ 3284	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 3294	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ	ΕΥ	2	2	4

30

4ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 4115	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	Υ	3		5
ΕΨΜ 4125	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ Ι	Υ	3		5
ΕΨΜ 4135	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	Υ	3		5
ΕΨΜ 4145	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ	Υ	2	2	5
2 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 4215	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4225	ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΙΙ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4235	ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΕΥ	2	2	5

ΕΨΜ 4245	ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4255	ΚΙΝΗΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΥΤΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4265	ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4275	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 4285	ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 4295	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	ΕΥ	3		5

30

5ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 5115	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΙ	Υ	2	2	5
ΕΨΜ 5125	ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ	Υ	3		5
ΕΨΜ 5134	ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ	Υ	2	2	4
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 5214	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΦΗΜΗΣ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5224	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5234	ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5244	ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5254	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5264	ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ ΙΙ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5274	ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5284	ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		4
ΕΨΜ 5294	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΩΝ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ	ΕΥ	2	2	4
ΕΨΜ 5304	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ	ΕΥ	3		4

30

6ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 6115	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΙΝΟΥΜΕΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (Animation)	Υ	2	2	5
ΕΨΜ 6125	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	Υ	3		5
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 6215	ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6225	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6235	ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6245	ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟΥ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6255	ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6265	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΜΕ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6275	ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΜΕ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6285	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 6295	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 6305	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 6315	ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ	ΕΥ	3		5

7ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
ΕΨΜ 7115	ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	Υ	3		5
	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ	Υ	3		5
4 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 7215	ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7225	ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7235	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 7245	ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7255	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (Social Informatics)	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7265	ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΗΨΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ: ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ (3D Animation - Motion Capture)	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 7275	ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7285	ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ, ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7295	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7305	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 7315	ΠΤΥΧΙΑΚΗ (1/2)	ΕΥ			5

30

8ο ΕΞΑΜΗΝΟ		Υ/ΕΥ	Θ	Ε	ECTS
6 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΠΟ:					
ΕΨΜ 8215	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Υ	3		5
ΕΨΜ 8225	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΥΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ (Big Data and Web Intelligence)	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8235	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8245	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΥ	2	2	5
ΕΨΜ 8255	ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8265	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8275	ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8285	ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8295	ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8305	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8315	ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑ	ΕΥ	3		5
ΕΨΜ 8325	ΠΤΥΧΙΑΚΗ (2/2)	ΕΥ			5
ΕΨΜ 8335	ΠΡΑΚΤΙΚΗ	ΕΥ			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 εμπίπτει στα γνωστικά αντικείμενα του Τμήματος. Η πτυχιακή εκπονείται σε δυο εξάμηνα υπό την επίβλεψη ενός διδάσκοντα καθηγητή του Τμήματος.

B9. Πρακτική Άσκηση Φοιτητών Τριτοβάθμιας Επαίδευσης

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/iproosition/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

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.

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

- 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.
- Να αναγνωρίσουν το ρόλο των ΜΜΕ στην Ελλάδα.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

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.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ

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, ιστολόγια, wikis, κτλ.

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.

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 περαιώση επικοινωνιακών ενεργειών και την εκπόνηση εργασιών και παρουσιάσεων.

ΑΡΧΕΣ ΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ

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).

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή των φοιτητών στο γνωστικό αντικείμενο της ψυχολογίας της επικοινωνίας. Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες έρχονται σε επαφή με κλασικά 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.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

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.

Γ2. Μαθήματα 2ου Εξαμήνου

ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:

- 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

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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

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

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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

Αναλύει και να κρίνει τις επιπτώσεις της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας στην σύγχρονη δημοκρατία.

ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΝΤΕΟ ΚΑΙ ΗΧΟΥ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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).

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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 αλλά 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 webservice, 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.

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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.

1. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

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.

Γ3. Μαθήματα 3ου Εξαμήνου

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

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.

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

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.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΘΡΩΠΟΥ – ΜΗΧΑΝΗΣ

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.

ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

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).

ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

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.

ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

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.

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

- 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

ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

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 της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων καθώς και στις εμπορικές 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 και τα ψηφιακά μέσα.

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

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 τα ψηφιακά μέσα.
3. Να συνοψίζουν και να συζητούν κείμενα στην Αγγλική όπως άρθρα από εφημερίδες ή επιστημονικά άρθρα σε ζητήματα που άπτονται της επικοινωνίας και των ψηφιακών μέσων.
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.

Αξιολογούν την ορθότητα ως προς τη χρήση του κατάλληλου λεξιλογίου και της γραμματικής κειμένων γραμμένων στην Αγγλική γλώσσα και να τα βελτιώνουν.

ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

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.

ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ I

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια είναι ικανός/ή:

- 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.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ

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).

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟ II

Αυτό το μάθημα αποτελεί συνέχεια του μαθήματος Τεχνολογίες Διαδικτύου και Σχεδίαση στον παγκόσμιο Ιστό I. 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).

ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

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 συμβάλλει στην κατανόηση της πολιτισμικής διαφορετικότητας στον πλανήτη

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:

- 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.

Γ4. Μαθήματα 4ου Εξαμήνου

ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

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 ολοένα 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.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ I

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.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

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.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ

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.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε προχωρημένες τεχνικές επεξεργασίας βίντεο, δημιουργίας εφέ και ηχοληψίας.

Ο φοιτητής θα πρέπει να:

- 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).

Να κατανοεί και να αξιολογεί τις ανάγκες δημιουργίας ζωντανών εκπομπών. Να διαχειρίζεται ζωντανές εκπομπές (ειδήσεις, τηλεοπτικά ρεπορτάζ, συνεντεύξεις)

- 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.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών/τριών στις επικοινωνιακές τεχνικές που αναπτύσσονται στο τρίπτυχο που συνθέτει το λογτεχνικό κείμενο, ο συγγραφέας και το κοινό του

ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ II

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.

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

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

ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

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 παγκοσμιότητας 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 εμβάθυνσης 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.

ΚΙΝΗΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΥΤΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

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 μέσ

ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

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.

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

- 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 χω

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

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;

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στις τεχνολογίες και τα λογισμικά επιτραπέζιας τυπογραφίας, στις τεχνικές εκτύπωσης, στις αρχές του σχεδιασμού έντυπων μέσων καθώς και στην δημιουργία ηλεκτρονικών εκδόσεων μέσω διαδικτύου. Σκοπός του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές ολοκληρωμένες γνώσεις άλλα και κριτική ματιά στις τεχνικές σχεδίασης και παραγωγής επιτραπέζιας τυπογραφίας καθώς και στο θέμα των ηλεκτρονικών εκδόσεων και των διαφορετικών καναλιών διανομής του περιεχομένου. 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. Επίσης θα εξοικειωθούν στην σχεδίαση, δημιουργία, και διαχείριση δικτυακών τόπων για την διάθεση του ψηφιακού περιεχομένου με έμφαση στην λειτουργία δικτυακών τόπων ειδησεογραφικού και ενημερωτικού περιεχομένου.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

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.

Γ5. Μαθήματα 5ου Εξαμήνου

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ II

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.

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ

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 ετερότητ

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ

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

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΦΗΜΗΣ

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.

ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

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.

ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

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..

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

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.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

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.

ΓΛΩΣΣΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ: ΓΑΛΛΙΚΑ II

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, ο φοιτητής/τρια είναι ικανός/ή:

- 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.

ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.

ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

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.

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΩΝ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ

Το μάθημα αποτελεί μια εισαγωγή στα τρισδιάστατα γραφικά.

Στα πλαίσια του μαθήματος αρχικά οι φοιτητές θα διδαχθούν την θεωρία των τρισδιάστατων γραφικών με έμφαση στις τεχνικές δημιουργίας 3D προοπτικής.

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.

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.

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.

ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:

- 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.

Γ6. Μαθήματα 6ου Εξαμήνου

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΙΝΟΥΜΕΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ (Animation)

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).

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

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.

ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια μαθαίνει να:

- 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.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Το 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.

ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

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.

ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟΥ

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.

ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

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.

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

- Κατανοήσουν τις βασικές αρχές δικαίου στο Διαδίκτυο.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

. 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

ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΜΕ

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.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ

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 αρχάριους.

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

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

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.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

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

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:

- 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

Γ7. Μαθήματα 7ου Εξαμήνου

ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

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.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ

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.

ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση της φύσης και του αντικείμενου 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.

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

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.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

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 .

ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ

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.

ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (Social Informatics)

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 :

- 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 αναπαράστασεων στην σχεδίαση πληροφοριακών συστημάτων,
- την σχεδίαση και μελέτη συστημάτων κοινωνικού ενδιαφέροντος.

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

- 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

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

Η τρισδιάστατη κίνηση αφορά την κίνηση 3D χαρακτήρων και αντικειμένων σε τρισδιάστατους χώρους. 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)

ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

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.

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

- 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.

ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ, ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

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..

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Το μάθημα πραγματεύεται τις αναδυόμενες μορφές δημοσιογραφίας στα νέα μέσα και τον τρόπο της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών για τη δημιουργία της είδησης 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 είδησης 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.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

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.

Γ8. Μαθήματα 8ου Εξαμήνου

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.

ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΥΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ (Big Data and Web Intelligence)

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 :

- 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.

ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

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

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

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 ΕΠ, ενώ θα παρατεθούν παραδείγματα υλοποιήσεων και καινοτομικές εφαρμογές των τεχνολογιών αυτών στην επικοινωνία. Το τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων διαθέτει συσκευές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας για αυτόν τον σκοπό.

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

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.

Να δημιουργούν σενάρια για εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας και

ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

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 μούνται 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 ειδησιογραφική 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

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

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.

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

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.

ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Οι φοιτητές/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 πολυποικίλων όψεων της ανθρώπινης ετερότητας σε όλες τις μορφές της (εμφυλές, εθνικές, εθνοτικές, θρησκευτικές, ικανότητας/δυσικανότητας κλπ).

ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ

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 περιπτώσιολογικές μελέτες, θα παίξουν, μελετήσουν και θα αναλύσουν ψηφιακά παιχνίδια μελετώντας την δομή, τη λειτουργία τους, την επιρροή τους στην κοινωνία και την επικοινωνία.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

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 βιομηχανίες. Παράλληλα, αναλύεται η χρήση των νέων τεχνολογιών στην διαδικασία παραγωγής, διανομής, και προώθησης των προϊόντων των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών.

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

- 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.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες:

- 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.