

Τ.Ε.Ι. ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

Τμήμα Ψηφιακών Μέσων
και Επικοινωνίας Τ.Ε.

Οδηγός Σπουδών

Περιεχόμενα

Χαιρετισμός	6
Γνωστικό Περιεχόμενο Τμήματος	7
Ιστορία	8
Φυσιογνωμία Πτυχιούχου του Τμήματος - Επαγγελματικές Αρμοδιότητες	9
Δομή Σπουδών	11
Εγκαταστάσεις.....	12
Χαρακτηριστικά Προγράμματος Σπουδών	13
Θεματικές Ενότητες προγράμματος σπουδών	15
1. Ψηφιακά Μέσα	15
1.1. Γενικά για Ψηφιακά Μέσα	15
1.2. Πληροφορική-Διαδίκτυο και Δίκτυα	15
1.3. Πολυμέσα	15
2. Επικοινωνία	15
2.1. Γενικά για Επικοινωνία.....	15
2.2. Δημοσιογραφία – Πολιτική	15
2.3. Κοινωνία – Επιχειρήσεις.....	15
2.4. Δημόσιες Σχέσεις.....	16
3. Διοίκηση επιχειρήσεων	16
3.1. Διοίκηση	16
3.2. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	16
3.3. Σύγχρονες τάσεις και εργαλεία	16
4. Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης	16
5. Διαφήμιση και Marketing	16
5.1. Διαφήμιση	16
5.2. Marketing	16
6. Μεθοδολογία Έρευνας – Στατιστική	16
7. Τουρισμός.....	17
8. Οικονομικά	17
9. Πολιτισμός.....	17
10. Ξένες Γλώσσες	17

11. Προαιρετικά	17
Δομή προγράμματος σπουδών	18
Εξάμηνο Α.....	19
Εξάμηνο Β.....	20
Εξάμηνο Γ	21
Εξάμηνο Δ.....	22
Εξάμηνο Ε	23
Εξάμηνο ΣΤ	24
Εξάμηνο Ζ	25
Εξάμηνο Η.....	26
Τεχνικά χαρακτηριστικά προγράμματος σπουδών.....	27
Σύντομες περιγραφές μαθημάτων.....	30
A1 01 - Αρχές Επικοινωνίας - Από τον Αναλογικό στον Ψηφιακό Κόσμο (Υ - ΜΓΥ).....	30
A102 - Εισαγωγή στα Ψηφιακά Μέσα (Υ- ΜΓΥ)	30
A103 - Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)	31
A104 - Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών (Υ-ΔΟΝΑ).....	31
A105 - Εισαγωγή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Υ-ΜΕΥ)	32
B201 - Σύγχρονες τάσεις στις Ψηφιακές Επικοινωνίες και τα Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)	33
B202 - Διαδίκτυο και Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)	34
B203 - Κοινωνική Ψυχολογία και Κοινωνική Διάδραση (Υ-ΔΟΝΑ)	35
B204 - Δημοσιογραφία και Δημόσιος Λόγος (Υ-ΜΓΥ).....	35
B205 - Αρχές Μάρκετινγκ (Υ-ΜΓΥ)	36
B206 - Επιχειρησιακές Επικοινωνίες και Νέες Τεχνολογίες (Υ-ΜΕΥ).....	37
C301 - Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Στρατηγικές Προβολής (Υ-ΜΕΥ)	37
C302 - Παραγωγή Οπτικοακουστικών Μέσων (Υ-ΜΕΥ).....	38
C303 - Πολιτική Επικοινωνία και Διαχείριση Εικόνας (Υ-ΜΕΥ).....	38
C304 - Διαφήμιση και Στρατηγική Επικοινωνίας (Υ-ΜΕΥ)	39
C305 - Δίκτυα Υπολογιστών και Τεχνολογίες Διαδικτύου (Υ-ΜΓΥ).....	41
C306 - Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας (Υ-ΜΓΥ)	42
D401 - Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία και Δημοσιογραφία Δεδομένων (Υ-ΜΕ).....	43
D402 - Νομικό και Ρυθμιστικό Πλαίσιο Ψηφιακών Μέσων και Διαδικτύου (Υ-ΜΕΥ)	44
D403 -Μηχανές Αναζήτησης Διαδικτύου και Ανάκτηση Πληροφορίας (Υ-ΜΕΥ).....	44
D404 - Μάρκετινγκ Έντυπων και Ψηφιακών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Υ-ΜΕΥ).....	46

D405 - Τουρισμός & Τουριστική Βιομηχανία στην Ψηφιακή Εποχή (Y-MEY).....	46
D406 - Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation (Y-ME)	47
E501 - Διαδικτυακή Διαφήμιση και Συστήματα Ψηφιακής Σήμανσης (Y-MEY)	48
E502 - Δημόσιες Σχέσεις στον Ψηφιακό Κόσμο (Y-ME).....	49
E503 - Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων (Y-MEY).....	50
E504 - Οικονομικά του Διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων (Y-ΔΟΝΑ)	51
E505 - Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας (EY-MEY)	51
E506 - Ευρωπαϊκός Πολιτισμός και Επτανησιακή Κουλτούρα (Y-ME)	52
E507 - Επίλυση Διενέξεων και Διαχείριση Κρίσεων στον Ψηφιακό Κόσμο (EY-ME)	52
F601 - Διοίκηση Ψηφιακών Μέσων (Y-MEY)	53
F602 - Στατιστική Θεωρία και Ανάλυση (Y-MEY)	54
F603 - Ολοκληρωμένη Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων (Y-ME).....	55
F604 - Ψηφιακά Μέσα & Ψυχαγωγία (Y-MEY)	56
F605 - Τεχνολογίες και Εφαρμογές Κινητών Συσκευών (Y-ME).....	56
F606 - Ηλεκτρονικό Εμπόριο (EY-ME)	57
F607 - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Οικολογία (EY-ME).....	58
G701 - Νέα μοντέλα Επιχειρηματικότητας στον Ψηφιακό Κόσμο (Y-ME).....	58
G702 - Έρευνα, Συγγραφή και Παρουσίαση Επιστημονικής Μελέτης (Y-ME).....	59
G703 - Πειθώ και Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή (Y-ME)	60
G704- Ψηφιακά Μέσα και Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης στον Τουρισμό (EY-ME).....	60
G705 - Κοστολόγηση Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών (EY-ME).....	62
G706 - Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία (EY-ME).....	62
G707 - Επίλυση Προβλημάτων και Καινοτομία (EY-ME)	62
Εξεταστική Διαδικασία.....	63
Εξεταστικές περίοδοι εξαμήνου.....	63
Εργαστηριακά μαθήματα.....	63
Θεωρητικά μαθήματα.....	63
Αξιολόγηση του Φοιτητή.....	63
Ερευνητική Δραστηριότητα και Συμπράξεις με την τοπική κοινωνία	64
Πρακτική Άσκηση	66
Περιγραφή.....	66
Ημερομηνίες Αιτήσεων	66
Προϋποθέσεις για Πρακτική Άσκηση.....	66

Υλοποίηση πρακτικής άσκησης.....	67
Σίτιση	69
Δικαιούχοι Σίτισης.....	69
Προϋποθέσεις Δωρεάν Σίτισης.....	70
Απαιτούμενα Δικαιολογητικά	70
Υγειονομική Περίθαλψη.....	72
Το Αργοστόλι.....	73
Χρήσιμα Τηλέφωνα.....	77
Στοιχεία Επικοινωνίας.....	78

Χαιρετισμός

Σας καλωσορίζω στην νέα έκδοση του Οδηγού Σπουδών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του ΤΕΙ Ιονίων Νήσων. Μετά από περίπου οκτώ έτη λειτουργίας, το τμήμα μας βρίσκεται στο κατάλληλο επίπεδο ωριμότητας ώστε να μπορεί να προβάλλει το αξιόλογο έργο του προς τα έξω. Στοχεύοντας έναν χώρο σχεδόν παρθένο τόσο στο ελληνικό ακαδημαϊκό γίγνεσθαι όσο και στην αντίστοιχη αγορά εργασίας, τον πολυδιάστατο χώρο των μέσων επικοινωνίας και της σχετικής με αυτό τεχνολογίας, το τμήμα μας έχει πλέον όλη την δύναμη και προοπτική να καλύψει το μερίδιό του σε αυτόν τον χώρο. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται με την τροφοδότηση τεχνολόγων οι οποίοι έχουν την γνώση, κατάρτιση και επαγγελματισμό ώστε να αντεπεξέλθουν στις ανάγκες της σύγχρονης αυτής τεχνολογίας και βιομηχανίας, προσεγγιζόμενης από την επιστημονική, τεχνική και αισθητική πλευρά. Έχοντας κάνει σημαντικά βήματα ως προς την στελέχωση και εκσυγχρονισμό του Τμήματος, παρουσιάζουμε στους υποψήφιους και νέους φοιτητές την έντυπη αυτή έκδοση του Οδηγού Σπουδών η οποία θα λειτουργήσει ως συνεχόμενη και ενδεδειγμένη ενημέρωση πάνω σε σπουδαστικά θέματα. Το έντυπο αυτό στοχεύει στην απάντηση μιας σειράς από συχνές ερωτήσεις και ζητήματα που θα απασχολήσουν τους φοιτητές σε όλο το διάστημα της επαφής με το τμήμα, από την αρχική εγγραφή έως την αποφοίτηση και την επαγγελματική αναγνώριση, η οποία αποτελεί πρωτίστως δική μας χαρά και δικαίωση. Εύχομαι μια ευχάριστη και αποδοτική παραμονή στο Αργοστόλι.

Ο Προϊστάμενος

Δρ. Γεώργιος Π. Ηλιάδης

Γνωστικό Περιεχόμενο Τμήματος

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας καταλαμβάνει σημαντική θέση στο χώρο των Τ.Ε.Ι., άλλα και γενικότερα στο χώρο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης της χώρας μας. Η θέση αυτή προκύπτει αφ' ενός μεν από την καινοτομία του αντικειμένου σπουδών, αφ' ετέρου δε από την αποκλειστικότητά του σε πανελλαδικό επίπεδο.

Τα Ψηφιακά Μέσα και η Επικοινωνία αποτελούν ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα των μέσων έκφρασης, του επιχειρείν αλλά και της σύγχρονης καθημερινότητας. Το αντικείμενο των Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας περιλαμβάνει το σύνολο των θεωριών, μεθόδων, τεχνικών και εργαλείων οι οποίες διέπουν και θεραπεύουν μια ευρεία έκταση μέσων, από την ενημέρωση στην ψυχαγωγία και στις τέχνες, με αιχμή την τάση προς την ψηφιακή τους μορφή, την κοινωνική δικτύωση και το Διαδίκτυο.

Στην αγορά εργασίας υπάρχει έλλειψη πτυχιούχων οι οποίοι να διαθέτουν τον συνδυασμό αυτό των γνώσεων και δεξιοτήτων οι οποίες θα τους επιτρέπουν στο να δραστηριοποιηθούν σε αυτό τον επαγγελματικό κλάδο, ο οποίος εκτείνεται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μέχρι την διαφήμιση, την τουριστική και πολιτιστική διαχείριση, και το freelance web expertise.

Η προσέγγιση αυτών των μέσων, εκ των πραγμάτων διαθέτει μια υφή κοινωνική, πολιτιστική, αισθητική και βέβαια τεχνολογική, προσδίδοντας έτσι στην μεθοδολογική πρακτική μια πολυσυλλεκτική διάσταση. Αποσκοπούμε επομένως στη δημιουργία εκπαιδευτικού περιβάλλοντος που να προωθεί τη διεπιστημονική κατανόηση των Ψηφιακών Μέσων και της Επικοινωνίας και την σχετική έρευνα του επιστημονικού αυτού πεδίου με τρόπο διαρκώς επικαιροποιούμενο προκειμένου να παρακολουθήσει τις εξελίξεις της θεωρίας και της πρακτικής στο παγκοσμιοποιημένο πλέον γίγνεσθαι. Για το σκοπό αυτό, το Τμήμα από την ίδρυσή του μέχρι σήμερα, στηρίζεται στον διεπιστημονικό χαρακτήρα του πεδίου του. Το πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει μαθήματα διαφορετικών μεταξύ τους επιστημονικών ειδικοτήτων, μαθήματα Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης, Κινητών Συσκευών και των Εφαρμογών τους, Τουρισμού, Πολιτισμού, Δημοσιογραφίας και Δημοσίων Σχέσεων.

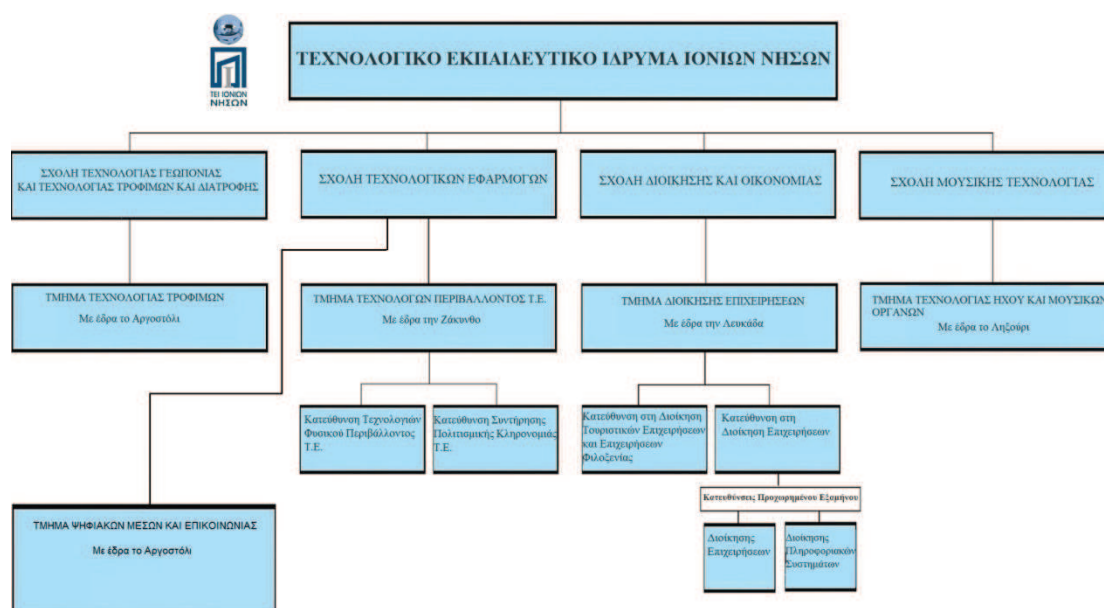
Στη διάρκεια λειτουργίας του, το Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας του ΤΕΙ Ιονίων Νήσων, έχει αποδείξει ότι είναι ένας σύγχρονος εκπαιδευτικός χώρος ο οποίος καλλιεργεί την κριτική σκέψη και την έρευνα, καταθέτει τη δική του πρόταση στο σύγχρονο επικοινωνιακό γίγνεσθαι και είναι ανοικτός στις διεθνείς εξελίξεις. Η μέχρι τώρα ανοδική του πορεία βασίστηκε στο υψηλών προδιαγραφών διδακτικό προσωπικό του και στους υψηλών απαιτήσεων φοιτητές και φοιτήτριές του. Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας έρχεται να συνεχίσει στο ίδιο ύψος και με εμπλουτισμένο αντικείμενο το οποίο του επιτρέπει την μελέτη και έρευνα ευρύτερου επιστημονικού πεδίου, αλλά και την στενότερη παρακολούθηση των τεχνολογιών αιχμής.

Ιστορία

Το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων ιδρύθηκε με την επωνυμία «Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Τ.Ε.Ι) Ιονίων Νήσων» σύμφωνα με το ΦΕΚ 156/20-6-2003. Ανήκει στον Τεχνολογικό Τομέα της Ανώτατης Εκπαίδευσης και λειτουργεί ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ), πλήρως αυτοδιοικούμενο υπό την εποπτεία του Κράτους, η οποία ασκείται από τον Υπουργό Πολιτισμού Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Ο σκοπός και η αποστολή του καθορίζονται από το άρθρο 1 του Ν. 1404/1983 και το άρθρο 1 του Ν. 2916/2001 κατά τα ισχύοντα περί Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, η δε ίδρυσή του αποσκοπεί, αφ' ενός μεν στην περιφερειακή ανάπτυξη και αποκέντρωση της ελληνικής ανωτάτης εκπαίδευσης, αφ' ετέρου δε στην αντιμετώπιση των κοινωνικών, πολιτιστικών και αναπτυξιακών αναγκών της Περιφέρειας Ιόνιων Νήσων.

Από το ακαδημαϊκό έτος 2014-2015 το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων αποτελείται πλέον από 4 σχολές στις οποίες υπάγονται 5 τμήματα όπως παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Φυσιογνωμία Πτυχιούχου του Τμήματος - Επαγγελματικές Αρμοδιότητες

Οι πτυχιούχοι του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας επιδιώκεται να διαθέτουν κατά την αποφοίτησή τους τα παρακάτω:

1. Γνώση των επικοινωνιακών μεθόδων και των κοινωνικών επιδράσεών τους και εξοικείωση με τις νέες σχετικές τεχνολογίες.
2. Την τεχνική γνώση υποβάθρου σε ό,τι αφορά τις σύγχρονες τεχνολογίες οι οποίες βρίσκονται πίσω από τα μέσα επικοινωνίας
3. Την δυνατότητα παραγωγής μελετών ανάλυσης, σχεδίασης και υλοποίησης σύγχρονων προϊόντων και υπηρεσιών σχετικών με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το Διαδίκτυο και τα νέα μέσα, ευρύτερα.
4. Την δυνατότητα και τάση να παρακολουθούν τις εξελίξεις των ψηφιακών μέσων και να προσαρμόζουν εφαρμογές παγκοσμιοποιημένης φύσης σε τοπικό ή πανελλαδικό επίπεδο
5. Το απαιτούμενο υπόβαθρο σε οικονομικές και διοικητικές γνώσεις για την ενίσχυση της ικανότητάς τους να ασχολούνται με την διαφήμιση και το μάρκετινγκ εταιρειών.
6. Ικανότητα κριτικής ανάλυσης των κάθε είδους εφαρμοσμένων μορφών επικοινωνίας και των συνακόλουθων συνεπειών τους.
7. Την απαιτούμενη για το ευρύ αντικείμενο ενασχολήσεώς τους, πολιτιστική, φιλοσοφική και ψυχολογική παιδεία.
8. Επικοινωνιακή επάρκεια στο γραπτό και προφορικό λόγο.

Οι απόφοιτοι λοιπόν του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, με την εμβέλεια των σπουδών τους ως απόρροια της εμβέλειας του αντικειμένου σπουδών τους, έχουν ένα ευρύ πεδίο επαγγελματικών ενασχολήσεων και ένα ευρύ πεδίο συνέχισης των σπουδών τους σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Ο στόχος άλλωστε της ανώτατης εκπαίδευσης, δεν μπορεί

να είναι άλλος από αυτόν της δημιουργίας επιστημόνων ευέλικτων προς μια διαρκή προσαρμογή τους στα νέα κάθε φορά επιστημονικά και κοινωνικά δεδομένα, είναι η πρόσδοση στους φοιτητές ενός ισχυρού γνωστικού υποβάθρου, για να μπορέσουν να παρακολουθήσουν την ταχύτατη εξέλιξη των επιστημών και των κοινωνιών.

Οι απόφοιτοι του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας ασχολούνται επαγγελματικά σε όλους τους τομείς του γνωστικού περιεχομένου του Τμήματος είτε ως στελέχη Δημοσίων ή Ιδιωτικών Εταιρειών και Οργανισμών είτε ως αυτό-απασχολούμενοι. Σε γενικές γραμμές απασχολούνται επαγγελματικώς με:

- Τη δημιουργία ή τη στελέχωση εταιρειών Ψηφιακών Μέσων ή πλήρωση αντιστοίχων θέσεων σε Δημόσιους ή Ιδιωτικούς Οργανισμούς και Επιχειρήσεις.
- Το ηλεκτρονικό επιχειρείν
- Τη δημιουργία ή τη στελέχωση εταιρειών εφαρμοσμένης επικοινωνίας, επικοινωνιακή στρατηγική επιχειρήσεων ή ατόμων, διαφήμιση, μάρκετινγκ, προβολή εικόνας Δημοσίων ή Ιδιωτικών φορέων, οργάνωση ημερίδων, συνεδρίων, εκθέσεων και λοιπών εκδηλώσεων, προγράμματα προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, κατάρτιση και υλοποίηση προγραμμάτων ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας, εκστρατείες ενημέρωσης, πολιτική επικοινωνιακή στρατηγική, κ.λ.π.
- Στελέχωση των ΜΜΕ, δηλ. των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών και των εφημερίδων, στα θέματα του ευρύτατου γνωστικού περιεχομένου των σπουδών τους.
- Στελέχωση δράσεων διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς και εν γένει του Πολιτισμού, σε επικοινωνιακό επίπεδο.
- Ενασχόληση με την θεωρητική διερεύνηση του φαινομένου της Επικοινωνίας τόσο σε διδακτικό όσο και σε ερευνητικό επίπεδο.
- Συμμετοχή σε στατιστικές έρευνες και ερμηνεία των σχετικών αποτελεσμάτων

Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας ΤΕ του ΤΕΙ Ιονίων νήσων δημιουργήθηκε με βάση τις παρακάτω γενικές αρχές:

- Να είναι δομημένο με βάση την Ελληνική νομοθεσία και τον Κανονισμό του ΤΕΙ Ιονίων Νήσων
- Να ανταποκρίνεται στις τεχνολογικές εξελίξεις στον χώρο των Ψηφιακών Μέσων και της Επικοινωνίας διεθνώς
- Να ανταποκρίνεται στον Τεχνολογικό χαρακτήρα του Τμήματος
- Να είναι δομημένο με βάση τα διεθνή πρότυπα και τα παρόμοια γνωστικά αντικείμενα που υπάρχουν στα μεγαλύτερα Πανεπιστήμια του κόσμου και της Ελλάδας

- Να μπορέσει να ανταποκριθεί στις αλλαγές που θα προκύψουν στον χώρο τα επόμενα χρόνια
- Να εμπεριέχει το στοιχείο της καινοτομίας
- Να απαντά επαρκώς στις ανάγκες των επιχειρήσεων και της αγοράς εργασίας στον χώρο των Ψηφιακών Μέσων και της Επικοινωνίας διεθνώς
- Να διαμορφώνει φοιτητές, μετά την αποφοίτησή τους, που θα είναι πραγματικά έτοιμοι να ανταποκριθούν στον επαγγελματικό ανταγωνισμό
- Να προσφέρει σημαντικό αριθμό εξειδικεύσεων και κατευθύνσεων που θα επιτρέπουν στους φοιτητές τη συνέχιση των σπουδών τους σε Μεταπτυχιακό επίπεδο
- Οι εξειδικεύσεις να αφορούν τομείς της επιστήμης με μέλλον και εξελισσιμότητα
- Να είναι ελκυστικό σε Έλληνες αλλά και αλλοδαπούς φοιτητές μέσω του προγράμματος ERASMUS
- Να εξασφαλίζει τη δυνατότητα δημιουργίας Μεταπτυχιακών προγραμμάτων στο Τμήμα στο άμεσο μέλλον
- Να έχει σαφή προσανατολισμό και να περιέχει σαφή διαφοροποίηση αλλά και συνάφεια με άλλα Τμήματα ομοειδούς αντικειμένου
- Να συνδέεται με τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας στην οποία λειτουργεί
- Να υπάρχει σαφής διασύνδεση με τον πολιτισμό και την οικονομία της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων

Δομή Σπουδών

Η διάρκεια των σπουδών στο Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας είναι οκτώ (8) εξάμηνα. Σε όλα τα εξάμηνα σπουδών, εκτός του τελευταίου, οι σπουδές περιλαμβάνουν θεωρητική διδασκαλία, εργαστηριακές και φροντιστηριακές ασκήσεις, όπου περιλαμβάνονται ασκήσεις εφαρμογών σε πραγματικές ή εικονικές καταστάσεις, εκπόνηση μελετών και εκπαιδευτικές επισκέψεις σε επιχειρήσεις και σε σχετικά με το περιεχόμενο σπουδών Ιδρύματα ή Εταιρείες, όπως ειδησεογραφικούς οργανισμούς, διαφημιστικές εταιρείες, καλλιτεχνικά φεστιβάλ, κ.λ.π. Επιδιώκεται η ενεργός συμμετοχή των σπουδαστών καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου. Έμφαση δίνεται στις περιπτώσιολογικές μελέτες (case studies), με ατομικές ή ομαδικές φοιτητικές εργασίες, βιβλιογραφικές επισκοπήσεις, κ.λπ.. Στο προτελευταίο εξάμηνο σπουδών διεξάγεται σεμινάριο τελειοφοίτων.

Στα πρώτα εξάμηνα σπουδών περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, μαθήματα γενικής υποδομής θετικών και θεωρητικών επιστημών. Ακολουθούν μαθήματα ειδικής υποδομής - κορμού, τα οποία αποτελούν τη βάση των Ψηφιακών Μέσων και της Επικοινωνίας, όπως αυτή εφαρμόζεται. Στα προχωρημένα εξάμηνα διδάσκονται τα μαθήματα ειδικότητας που συνιστούν τη φύση και τον προορισμό του Τμήματος.

Το τελευταίο (8ο) εξάμηνο σπουδών περιλαμβάνει την Πρακτική Άσκηση του φοιτητή στο επάγγελμα – στην οποία το Τμήμα δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα - και την εκπόνηση της Πτυχιακής εργασίας. Η Πτυχιακή Εργασία διασφαλίζει την εμβάθυνση των τελιοφοίτων του Τμήματος είτε σε θέματα εφαρμοσμένης έρευνας σε άμεση σχέση με την ειδικότητα των σπουδών τους, είτε σε συγκεκριμένο θεωρητικό τομέα της επιστήμης τους – κάτι που ίσως τους προετοιμάσει για περαιτέρω εξειδίκευση σε επίπεδο μεταπτυχιακών σπουδών.

Το πρόγραμμα σπουδών έχει δομηθεί με βάση το φόρτο εργασίας του σπουδαστή, ενώ εισάγονται και οι διδακτικές μονάδες ECTS σε όλα τα εξάμηνα. Στα βασικά γνωστικά αντικείμενα του Τμήματος περιλαμβάνονται:

- **Μαθήματα Γενικής Υποδομής (ΜΓΥ),**
- **Μαθήματα Ειδικής Υποδομής (ΜΕΥ),**
- **Μαθήματα Ειδικότητας (ΜΕ),**
- **Μαθήματα Διοίκησης - Οικονομίας - Νομοθεσίας - Ανθρωπιστικών Σπουδών (ΔΟΝΑ)**

Επίσης, Μαθήματα Ειδικής Υποδομής (ΜΕΥ), Μαθήματα Ειδικότητας (ΜΕ) και μαθήματα ΔΟΝΑ κατανέμονται σε δύο (2) Ομάδες Επιλογής Υποχρεωτικών Μαθημάτων.

Πέραν των ανωτέρω, το πρόγραμμα σπουδών προσφέρει και μια ομάδα **Προαιρετικών μαθημάτων**, τα οποία παρέχουν στο σπουδαστή τη δυνατότητα να διαμορφώσει ένα ιδιαίτερο πρόγραμμα επιλογών, προσαρμοσμένο στις ιδιαίτερες κλίσεις και προτιμήσεις

του.



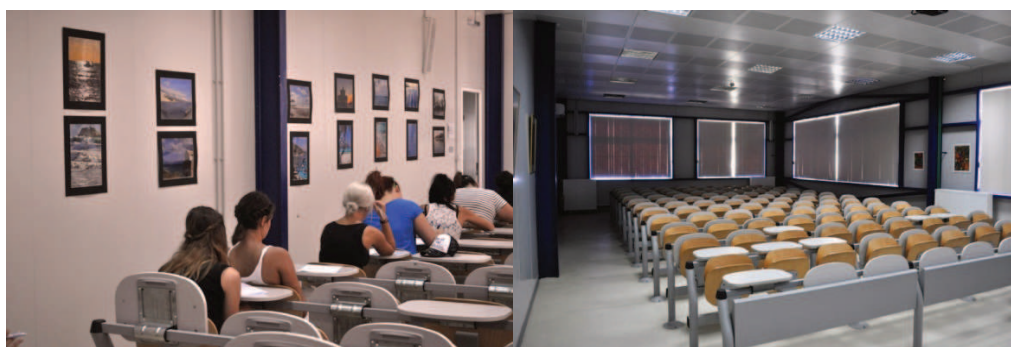
Εγκαταστάσεις

Το τμήμα διαθέτει:

- τρεις (3) αίθουσες διδασκαλίας χωρητικότητας 120 ατόμων έκαστη και μία (1) αίθουσα διδασκαλίας χωρητικότητας 40 ατόμων
- Μία (1) αίθουσα πολλαπλών χρήσεων χωρητικότητας 40 ατόμων
- Τρία (3) αμιγώς εκπαιδευτικά εργαστήρια υπολογιστών (Εργαστήριο Διαδικτύου, Εργαστήριο

Πολυμέσων και Εργαστήριο ΗΥ II) και 2 εργαστήρια ερευνητικά (μεικτής χρήσης) (Εργαστήριο Φορητών Συσκευών, Εργαστήριο Μελέτης Αποδήμου Επτανησιακού Ελληνισμού [συστεγάζονται], και Εργαστήριο Οπτικοακουστικών Μέσων [υπό διαμόρφωση]). ενώ βρίσκονται σε διαδικασία προπαρασκευής θεσμοθέτησης άλλοι δύο χώροι ακόμη.

- Βιβλιοθήκη-αναγνωστήριο
- Χώρο εστιατορίου
- Χώρος καντίνας



Χαρακτηριστικά Προγράμματος Σπουδών

Τα γενικά χαρακτηριστικά του προγράμματος σπουδών είναι:

- Τα μαθήματα βρίσκονται στην αιχμή της Τεχνολογίας των Ψηφιακών Μέσων και της Επικοινωνίας
- Η καινοτομία σε ότι αφορά τους τίτλους και το περιεχόμενο των μαθημάτων είναι ξεκάθαρη
- Υπάρχει ισορροπία ανάμεσα στα μαθήματα Ψηφιακών Μέσων και αυτά της Επικοινωνίας
- Δίνεται σαφέστατη βαρύτητα στο Γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Επιχειρήσεων και του Marketing

Οι εξειδικεύσεις που ενδυναμώνουν το γενικό γνωστικό αντικείμενο και εξασφαλίζουν την μελλοντική επαγγελματική πορεία των φοιτητών είναι:

1. Δημοσιογραφία

Η Δημοσιογραφία είναι ο χώρος εφαρμογής τόσο των σύγχρονων Ψηφιακών Μέσων όσο και της Επικοινωνίας. Έτσι είναι εξαιρετικά σημαντικό να είναι ενδυναμωμένη η εξειδίκευσή αυτή στο Τμήμα.

2. Τουρισμός

Με βάση το σκεπτικό ότι το Τμήμα λειτουργεί σε μια κατεχοχήν Τουριστική περιοχή αλλά και το γεγονός ότι η βασική βιομηχανία της Ελλάδας είναι ο Τουρισμός παρέχεται εξειδίκευση στον τομέα του Τουρισμού. Με την εξειδίκευση αυτή γίνεται και η διασύνδεση με την τοπική οικονομία και τις επιχειρήσεις. Εξασφαλίζεται έτσι εξαιρετικά σημαντική πρακτική άσκηση για τους φοιτητές.

3. Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης – Social Media.

Σε ελάχιστα τμήματα της Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα διδάσκονται σήμερα τα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης. Η διδασκαλία τους στο Τμήμα εξασφαλίζει τη διαφοροποίηση αλλά και την ενίσχυση της εξειδίκευσης του Τουρισμού.

4. Κινητές συσκευές και εφαρμογές τους

Το γνωστικό αντικείμενο βρίσκεται στην αιχμή των τεχνολογικών εξελίξεων και κρίθηκε σκόπιμο να υπάρχει ως εξειδίκευση των Ψηφιακών Μέσων στο πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος.

5. Δημόσιες Σχέσεις

Οι δημόσιες σχέσεις είναι εξειδίκευση της Επικοινωνίας και εξασφαλίζει τη συνέχεια του Τμήματος με βάση το παλιό γνωστικό αντικείμενό του.

Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στα παρακάτω:

- Το μάθημα «Ευρωπαϊκός Πολιτισμός και Επτανησιακή Κουλτούρα» είναι ένα από τα δύο μαθήματα Πολιτισμού του Τμήματος και δίνει την Περιφερειακή διάσταση του Τμήματος
- Το μάθημα «Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα» κρίθηκε επιβεβλημένο να διδάσκεται στο Α εξάμηνο σπουδών διότι το αντικείμενο του Τμήματος απαιτεί καλή γνώση της Αγγλικής γλώσσας και χρήση ξένης βιβλιογραφίας.
- Χρησιμοποιήθηκαν γράμματα από το Αγγλικό αλφάβητο στους κωδικούς των μαθημάτων για την διευκόλυνση αντιστοιχίσεων του προγράμματος ERASMUS
- Αναφέρονται και οι Αγγλικοί τίτλοι των μαθημάτων για ευκολότερη κατανόηση των αντικειμένων αλλά και για το πρόγραμμα ERASMUS.

Θεματικές Ενότητες προγράμματος σπουδών

Παρακάτω αναφέρονται οι θεματικές ενότητες/γνωστικά αντικείμενα του προγράμματος σπουδών με τους αντίστοιχους τίτλους μαθημάτων.

1. Ψηφιακά Μέσα

1.1. Γενικά για Ψηφιακά Μέσα

1. Εισαγωγή στα Ψηφιακά Μέσα
2. Σύγχρονες τάσεις στις Ψηφιακές Επικοινωνίες και τα Ψηφιακά Μέσα
3. Νομικό και Ρυθμιστικό Πλαίσιο Ψηφιακών Μέσων και Διαδικτύου

1.2. Πληροφορική-Διαδίκτυο και Δίκτυα

4. Διαδίκτυο και Ψηφιακά Μέσα
5. Δίκτυα Υπολογιστών και Τεχνολογίες Διαδικτύου
6. Μηχανές Αναζήτησης Διαδικτύου και Ανάκτηση Πληροφορίας
7. Τεχνολογίες και Εφαρμογές Κινητών Συσκευών

1.3. Πολυμέσα

8. Παραγωγή Οπτικο-ακουστικών Μέσων
9. Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation
10. Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων
11. Ψηφιακά Μέσα & Ψυχαγωγία

2. Επικοινωνία

2.1. Γενικά για Επικοινωνία

12. Αρχές Επικοινωνίας - Από τον Αναλογικό στον Ψηφιακό Κόσμο.
13. Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας

2.2. Δημοσιογραφία – Πολιτική

14. Δημοσιογραφία και Δημόσιος Λόγος
15. Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία και Δημοσιογραφία Δεδομένων
16. Πολιτική Επικοινωνία και Διαχείριση Εικόνας

2.3. Κοινωνία – Επιχειρήσεις

17. Κοινωνική Ψυχολογία και Κοινωνική Διάδραση

18. Επιχειρησιακές Επικοινωνίες και Νέες Τεχνολογίες

2.4. Δημόσιες Σχέσεις

- 19. Δημόσιες Σχέσεις στον Ψηφιακό Κόσμο
- 20. Ολοκληρωμένη Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων

3. Διοίκηση επιχειρήσεων

3.1. Διοίκηση

- 21. Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών
- 22. Διοίκηση Ψηφιακών Μέσων
- 23. Πειθώ και Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή
- 24. Επίλυση Διενέξεων και Διαχείριση Κρίσεων στον Ψηφιακό Κόσμο

3.2. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

- 25. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Οικολογία

3.3. Σύγχρονες τάσεις και εργαλεία

- 26. Νέα Μοντέλα Επιχειρηματικότητας στον Ψηφιακό Κόσμο

4. Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης

- 27. Εισαγωγή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- 28. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Στρατηγικές Προβολής

5. Διαφήμιση και Marketing

5.1. Διαφήμιση

- 29. Διαφήμιση και Στρατηγική Επικοινωνίας
- 30. Διαδικτυακή Διαφήμιση και Συστήματα Ψηφιακής Σήμανσης

5.2. Marketing

- 31. Αρχές Marketing
- 32. Μάρκετινγκ Έντυπων και Ψηφιακών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
- 33. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

6. Μεθοδολογία Έρευνας – Στατιστική

- 34. Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας
- 35. Στατιστική Θεωρία και Ανάλυση

- 36. Έρευνα, Συγγραφή και Παρουσίαση Επιστημονικής Μελέτης
- 37. Επίλυση Προβλημάτων και Καινοτομία

7. Τουρισμός

- 38. Τουρισμός και Τουριστική Βιομηχανία στην Ψηφιακή Εποχή
- 39. Ψηφιακά Μέσα και Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης στον Τουρισμό

8. Οικονομικά

- 40. Οικονομικά του Διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων
- 41. Κοστολόγηση Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών

9. Πολιτισμός

- 42. Ευρωπαϊκός Πολιτισμός και Επτανησιακή Κουλτούρα
- 43. Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία

10. Ξένες Γλώσσες

- 44. Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα

11. Προαιρετικά

- 45. Διάδραση Ανθρώπου-Μηχανής
- 46. Διοίκηση Πολιτιστικών Μονάδων
- 47. Αγγλικά για προχωρημένους
- 48. Συμπεριφορά Καταναλωτή

Δομή προγράμματος σπουδών

Παρακάτω φαίνεται η δομή του προγράμματος σπουδών ανά εξάμηνο. Οι συντομογραφίες που αναφέρονται αναλύονται ως εξής:

- **ΧΑΡ:** ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ
- **Σ:** ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ
- **Θ:** ΩΡΕΣ ΘΕΩΡΙΑΣ
- **ΑΠ:** ΩΡΕΣ ΑΣΚΗΣΕΩΝ ΠΡΑΞΗΣ
- **Ε:** ΩΡΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ
- **ΦΕ:** ΦΟΡΤΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- **ΔΜ:** ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΔΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ
- **ΔΜΘ:** ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΘΕΩΡΙΑΣ
- **ΔΜΕ:** ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ
- **ΚΑΤ:** ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ
- **Υ:** ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑ
- **ΕΥ:** ΜΑΘΗΜΑ ΚΑΤ'ΕΠΙΛΟΓΗΝ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
- **ΜΓΥ:** ΜΑΘΗΜΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ
- **ΜΕΥ:** ΜΑΘΗΜΑ ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ
- **ΜΕ:** ΜΑΘΗΜΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ
- **ΔΟΝΑ:** ΜΑΘΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, ΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Εξάμηνο Α

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
A101	Υ	Αρχές Επικοινωνίας - Από τον Αναλογικό στον Ψηφιακό Κόσμο	Communication Principles – From Analog to Digital	4	3	1	0	10	7	7	0	ΜΓΥ
A102	Υ	Εισαγωγή στα Ψηφιακά Μέσα	Introduction to Digital Media	6	2	2	2	10	7	5	2	ΜΓΥ
A103	Υ	Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα	English Terminology in Digital Media	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΓΥ
A104	Υ	Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών	Management Principles in Companies and Organizations	4	2	2	0	8	5	5	0	ΔΟΝΑ
A105	Υ	Εισαγωγή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	Introduction to Social Media	6	2	2	2	10	6	4	2	ΜΕΥ
				24	11	9	4	46	30	26	4	

Εξάμηνο Β

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
B201	Υ	Σύγχρονες Τάσεις στις Ψηφιακές Επικοινωνίες και τα Ψηφιακά Μέσα	Current Trends in Digital Communications and Digital Media	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΓΥ
B202	Υ	Διαδίκτυο και Ψηφιακά Μέσα	The Internet and Digital Media	6	2	2	2	10	6	4	2	ΜΓΥ
B203	Υ	Κοινωνική Ψυχολογία και Κοινωνική Διάδραση	Social Psychology and Social Interaction	2	2	0	0	6	4	4	0	ΔΟΝΑ
B204	Υ	Δημοσιογραφία και Δημόσιος Λόγος	Journalism and Public Speaking	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΓΥ
B205	Υ	Αρχές Marketing	Marketing Principles	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΓΥ
B206	Υ	Επιχειρησιακές Επικοινωνίες και Νέες Τεχνολογίες	Business Communication and New Technologies	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΕΥ

24 12 8 4 48 30 26 4

Εξάμηνο Γ

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
C301	Υ	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Στρατηγικές Προβολής	Social Media and Promotion Strategies	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΕΥ
C302	Υ	Παραγωγή Οπτικοακουστικών Μέσων	Audiovisual Media Production	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΕΥ
C303	Υ	Πολιτική Επικοινωνία και Διαχείριση Εικόνας	Political Communication and Image Making	2	2	0	0	6	4	4	0	ΜΕΥ
C304	Υ	Διαφήμιση και Στρατηγική Επικοινωνίας	Advertising and Communication Strategies	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΕΥ
C305	Υ	Δίκτυα Υπολογιστών και Τεχνολογίες Διαδικτύου	Computer Networks and Internet Technologies	6	2	2	2	10	6	4	2	ΜΓΥ
C306	Υ	Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας	Qualitative and Quantitative Research Methods	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΓΥ
				24	12	8	4	48	30	22	8	

Εξάμηνο Δ

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
D401	Υ	Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία και Δημοσιογραφία Δεδομένων	Digital and Data Journalism	6	2	2	2	10	6	4	2	ΜΕ
D402	Υ	Νομικό και Ρυθμιστικό Πλαίσιο Ψηφιακών Μέσων και Διαδικτύου	Legal and Regulatory Framework of Digital Media and the Internet	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΕΥ
D403	Υ	Μηχανές Αναζήτησης Διαδικτύου και Ανάκτηση Πληροφορίας	Web Search Engines and Information Retrieval	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΕΥ
D404	Υ	Μάρκετινγκ Έντυπων και Ψηφιακών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	Printed and Digital Mass media Marketing	2	2	0	0	6	4	4	0	ΜΕΥ
D405	Υ	Τουρισμός και Τουριστική Βιομηχανία στην Ψηφιακή Εποχή	Tourism and the Tourism Industry in the Digital Era	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΕΥ
D406	Υ	Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation	Production of Digital Images and Animation Applications	4	2	0	2	8	5	3	2	ΜΕ
				24	12	6	6	48	30	24	6	

Εξάμηνο Ε

ΕΠΙΛΟΓΗ 1 ΑΠΟ 2 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
E501	Υ	Διαδικτυακή Διαφήμιση και Συστήματα Ψηφιακής Σήμανσης	Internet Advertising and Digital Signage Systems	4	2	0	2	8	5	3	2	MEY
E502	Υ	Δημόσιες Σχέσεις στον Ψηφιακό Κόσμο	Public Relations in the Digital World	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
E503	Υ	Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων	Desktop Publishing	4	2	0	2	8	5	3	2	MEY
E504	Υ	Οικονομικά του Διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων	Internet and Digital Economics	4	2	2	0	8	5	5	0	ΔΟΝΑ
E505	Υ	Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας	Integrated Communication Strategy	4	2	2	0	8	5	5	0	MEY
E506	ΕΥ	Ευρωπαϊκός Πολιτισμός και Επτανησιακή Κουλτούρα	European and Ionian island Culture	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
E507	ΕΥ	Επίλυση Διενέξεων και Διαχείριση Κρίσεων στον Ψηφιακό Κόσμο	Conflict Resolution and Crisis Management in the Digital World	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
				28	14	10	4	56	35	31	4	

Εξάμηνο ΣΤ

ΕΠΙΛΟΓΗ 1 ΑΠΟ 2 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
F601	Υ	Διοίκηση Ψηφιακών Μέσων	Digital Media Management	4	2	0	2	8	5	3	2	MEY
F602	Υ	Στατιστική Θεωρία και Ανάλυση	Statistical Theory and Analysis	4	2	0	2	8	5	3	2	MEY
F603	Υ	Ολοκληρωμένη Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων	Integrated Public Relation Strategies	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
F604	Υ	Ψηφιακά Μέσα & Ψυχαγωγία	Digital Media & Entertainment	4	2	2	0	8	5	5	0	MEY
F605	Υ	Τεχνολογίες και Εφαρμογές Κινητών Συσκευών	Mobile Technologies and Applications	4	2	0	2	8	5	3	2	ME
F606	EY	Ηλεκτρονικό Εμπόριο	Electronic Commerce	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
F607	EY	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Οικολογία	Corporate Social Responsibility and Ecology	4	2	2	0	8	5	5	0	ME
				28	14	8	6	56	35	29	6	

Εξάμηνο Ζ

ΕΠΙΛΟΓΗ 2 ΑΠΟ 4 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΑΓΓΛΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ	Σ	Θ	ΑΠ	Ε	ΦΕ	ΔΜ	ΔΜΘ	ΔΜΕ	ΚΑΤ
G701	Υ	Νέα Μοντέλα Επιχειρηματικότητας στον Ψηφιακό Κόσμο	Entrepreneurship in the Digital World	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΕ
G702	Υ	Έρευνα, Συγγραφή και Παρουσίαση Επιστημονικής Μελέτης	Research, Authoring and Presenting Scientific Studies	6	2	0	4	10	6	2	4	ΜΕ
G703	Υ	Πειθώ και Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή	Persuasion and Leadership in the Digital Era	4	2	2	0	8	5	5	0	ΜΕ
G704	ΕΥ	Ψηφιακά Μέσα και Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης στον Τουρισμό	Digital and Social Media in Tourism	5	3	0	2	11	7	5	2	ΜΕ
G705	ΕΥ	Κοστολόγηση Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών	Pricing of Digital Products and Services	5	3	0	2	11	7	5	2	ΜΕ
G706	ΕΥ	Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία	Digital Culture and Museums	5	3	0	2	11	7	5	2	ΜΕ
G707	ΕΥ	Επίλυση Προβλημάτων και Καινοτομία	Problem Solving and Innovation	5	3	0	2	11	7	5	2	ΜΕ
				34	18	4	12	70	44	32	12	

Εξάμηνο Η

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΑΡ	ΜΑΘΗΜΑ	ΣΥΝΟΛΟ	Ε	ΦΕ	ΑΠ	ΔΜ	ΚΑΤ
H801	Υ	ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ					20	
H802	Υ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ					10	

	: ΜΑΘΗΜΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
--	-------------------------------

Τεχνικά χαρακτηριστικά προγράμματος σπουδών

Αναλογίες κατηγοριών διδασκόμενων μαθημάτων			ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΓΥ		9	12	27%
ΔΟΝΑ		3		
ΜΕΥ		16	32	73%
ΜΕ		16		

Σχέση ωρών θεωρίας και εργαστηρίων

	ΕΠΙ ΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΠΤΥΧΙΟΥ (ΑΡΙΘΜΟΣ-ΠΟΣΟΣΤΟ)	ΕΠΙ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ (ΑΡΙΘΜΟΣ-ΠΟΣΟΣΤΟ)
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ	40 (24%)	44 (24%)
ΘΕΩΡΙΑ	128 (76%)	144 (76%)
ΣΥΝΟΛΟ	168	186

Αριθμός Μαθημάτων ανά εξάμηνο για ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΠΤΥΧΙΟΥ			Συνολικός Αριθμός ΔΙΔΑΣΚΟΜΕΝΩΝ Μαθημάτων (8 Εξάμηνα)
Α ΕΞΑΜΗΝΟ		5	44 (36+ 8 ΚΑΤ' ΕΠΙΛΟΓΗ + ΠΤΥΧΙΑΚΗ)
Β ΕΞΑΜΗΝΟ		6	
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ		6	
Δ ΕΞΑΜΗΝΟ		6	
Ε ΕΞΑΜΗΝΟ		6	
ΣΤ ΕΞΑΜΗΝΟ		6	
Ζ ΕΞΑΜΗΝΟ		5	
ΣΥΝΟΛΟ		40	

Εβδομαδιαίες Ώρες διδασκαλίας ανά εξάμηνο για ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΠΤΥΧΙΟΥ			Μ.Ο.:
Α ΕΞΑΜΗΝΟ		24	24
Β ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
Δ ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
Ε ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
ΣΤ ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
Ζ ΕΞΑΜΗΝΟ		24	
ΣΥΝΟΛΟ		168	

Φόρτος Εργασίας ανά εβδομάδα			Φόρτος Εργασίας ανά εξάμηνο
Α ΕΞΑΜΗΝΟ		46	828
Β ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
Δ ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
Ε ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
ΣΤ ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
Ζ ΕΞΑΜΗΝΟ		48	864
ΣΥΝΟΛΟ		334	6012

Πιστωτικές Μονάδες ανά εξάμηνο		
Α ΕΞΑΜΗΝΟ		30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ		30
Γ ΕΞΑΜΗΝΟ		30
Δ ΕΞΑΜΗΝΟ		30
Ε ΕΞΑΜΗΝΟ		30
ΣΤ ΕΞΑΜΗΝΟ		30
Ζ ΕΞΑΜΗΝΟ		30
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ		20
ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ		10
ΣΥΝΟΛΟ		240

Σύντομες περιγραφές μαθημάτων

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται συνοπτικά τόσο ο σκοπός αλλά και η ύλη όλων των μαθημάτων του προγράμματος σπουδών

A1 01 - Αρχές Επικοινωνίας - Από τον Αναλογικό στον Ψηφιακό Κόσμο (Υ - ΜΓΥ)

Προσέγγιση της επικοινωνίας ως πρωταρχικό στοιχείο για κάθε ανθρώπινη κοινωνία και πολιτισμό αλλά και της ίδιας της συμβίωσης εντός των παραπάνω πλαισίων. Έμφαση στην διαδικασία της επικοινωνίας στις σύγχρονες κοινωνίες που χαρακτηρίζονται από την μαζικότητα στην πρόσληψη και στην διαμόρφωση των στοιχείων που τις συναποτελούν. Το ζήτημα των παραδοσιακών ΜΜΕ αλλά και των νέων με την γενικευμένη εφαρμογή των σύγχρονων υπολογιστικών μηχανών με δυαδικά χαρακτηριστικά επεξεργασίας και απομνημόνευσης που οδηγεί σε μία νέα πραγματικότητα στον μεταβιομηχανικό κόσμο μας. Και η νέα αυτή πραγματικότητα θέτει το ερώτημα της μεταβατικότητάς του.

A102 - Εισαγωγή στα Ψηφιακά Μέσα (Υ- ΜΓΥ)

Τα ψηφιακά μέσα είναι πληροφορίες που γίνονται αντιληπτές από τις αισθήσεις μας αναπαρίστανται από bits και μπορούν να τις διαχειριστούν οι υπολογιστές. Στον σύγχρονο κόσμο τα ψηφιακά μέσα έχουν γίνει κομμάτι της καθημερινότητας των περισσότερων ανθρώπων. Το μάθημα αποσκοπεί να παρουσιάσει τις βασικές έννοιες των ψηφιακών μέσων, τις διάφορες μορφές τους, τα στάδια δημιουργίας τους, τις εφαρμογές που δημιουργούν και διαχειρίζονται τα ψηφιακά μέσα, εισαγωγικά στοιχεία για πνευματικά δικαιώματα και όρους χρήσης ψηφιακών μέσων και την άρρηκτη σχέση που έχουν πλέον με το Διαδίκτυο.

Στις ασκήσεις πράξεις του μαθήματος παρουσιάζονται οι δυνατότητες και η ιστορία του Photoshop και του YouTube. Οι φοιτητές θα έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν με project που θα έχει ως θέμα τη δημιουργία video με συγκεκριμένο θέμα που θα έχει βιντεοσκοπηθεί με κινητό τηλέφωνο, θα έχει ανέβει στο YouTube, θα έχει επεξεργαστεί με τα online εργαλεία του YouTube και θα περιέχει ήχο από τα δωρεάν ηχητικά έργα του YouTube.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τρεις ενότητες:

- Εισαγωγή στο Photoshop όπου οι φοιτητές θα εξοικειωθούν με την εφαρμογή, τις βασικές της δυνατότητες και θα εισαχθούν στον κόσμο της επεξεργασίας εικόνας.
- Χρήση του Microsoft Movie Maker ή άλλου παρόμοιου λογισμικού για τη δημιουργία video που θα περιέχουν εικόνες, video και ήχο.
- Εισαγωγή στα Streaming Media όπου οι φοιτητές θα μάθουν πως να συμπιέζουν και να προετοιμάζουν ψηφιακά αρχεία ήχου και video για μετάδοση στο Διαδίκτυο και θα γνωρίσουν τις δυνατότητες που έχουν οι πιο διαδεδομένες Διαδικτυακές πλατφόρμες live streaming (Ustream, Livestream και YouTube).

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

- Αντιληφθούν την έννοια των ψηφιακών μέσων
- Αντιληφθούν την επιρροή των ψηφιακών μέσων στην καθημερινότητά μας
- Γνωρίζουν τα είδη των ψηφιακών μέσων και τα διαφορετικά formats
- Γνωρίζουν τα στάδια δημιουργίας ψηφιακών μέσων
- Αναγνωρίζουν τις βασικές εφαρμογές δημιουργίας και διαχείρισης ψηφιακών μέσων στον υπολογιστή και το Διαδίκτυο
- Επεξεργαστούν ψηφιακές εικόνες επαρκώς
- Προετοιμάσουν και υλοποιήσουν μια ζωντανή μετάδοση video και εικόνας στο Διαδίκτυο

A103 - Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)

Τα Αγγλικά είναι η βασική και διεθνής γλώσσα στον κόσμο των Ψηφιακών Μέσων αλλά και της Επικοινωνίας. Το μάθημα έχει σαν στόχο την εξοικείωση των φοιτητών με την ορολογία, τις συντομογραφίες, τα αρκτικόλεξα και γενικά την Αγγλική γλώσσα που χρησιμοποιείται στα Ψηφιακά Μέσα. Επίσης οι φοιτητές θα διδαχθούν πως δομούνται βασικά ενδοεπιχειρησιακά κείμενα (memo, e-mails κτλ) στα Αγγλικά. Τέλος θα γίνει ανάλυση της Αγγλικής γλώσσας που χρησιμοποιείται σε ερευνητικές εργασίες.

Στις ασκήσεις πράξεις θα παρουσιαστούν πραγματικά έγγραφα και e-mail επιχειρήσεων του Ψηφιακού κόσμου στα Αγγλικά και θα γίνει σχολιασμός. Θα δοθεί project στους φοιτητές όπου θα κληθούν να δημιουργήσουν οι ίδιοι κείμενα που θα δημιουργούσε ένας Digital Media Manager μιας επιχείρησης στα Αγγλικά.

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

- Γνωρίζουν να διαβάζουν επιστημονικά κείμενα σχετικά με τα Ψηφιακά Μέσα και την Επικοινωνία
- Γνωρίζουν την ορολογία των Ψηφιακών Μέσων
- Μπορούν να αναζητήσουν και να διαβάσουν Αγγλική Βιβλιογραφία στο Διαδίκτυο
- Συντάσσουν κείμενα ενδοεπιχειρησιακών επικοινωνιών

A104 - Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών (Υ-ΔΟΝΑ)

Το μάθημα αποτελεί μια εισαγωγή στην **Επιστήμη της Οργάνωσης και της Διοίκησης Επιχειρήσεων**. Σκοπός της είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς ως ενιαίους και καλά δομημένους μηχανισμούς που παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία και διαθέτουν στην αγορά.

Πιο συγκεκριμένα, σκοπός του μαθήματος είναι να αντιληφθούν οι φοιτητές τη σημασία της εσωτερικής οργάνωσης των επιχειρήσεων και των οργανισμών αλλά και των συναναστροφών τους με το εξωτερικό περιβάλλον, δηλαδή τις δράσεις εκείνες που

διευκολύνουν τη ροή εργασίας τους και συμβάλλουν στην αριστοποίηση του έργου της και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς της στην αγορά.

Το μάθημα αντιμετωπίζει τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς ως κοινά διοικητικά πεδία. Ωστόσο η δομή και αποστολή καθορίζουν και το πράττειν τους. Οι δημόσιοι οργανισμοί παίζουν καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία μιας σύγχρονης κοινωνίας και οι δραστηριότητές τους άπτονται όλων ανεξαιρέτα των πτυχών της: οικονομικών, επιχειρηματικών, πολιτικών, πολιτιστικών και άλλων. Οι παρεμβάσεις τέτοιων οργανισμών στις διάφορες δραστηριότητες μιας κοινωνίας και μιας οικονομίας καθορίζονται από το πολιτικό σύστημα και το συνταγματικό πλαίσιο του κάθε κράτους–αλλάζουν όμως και σε συνάρτηση με δεδομένα που συνδέονται με παγκόσμιες πολιτικές, οικονομικές και άλλες εξελίξεις ή φαινόμενα.

Στο μάθημα λοιπόν αυτό επιχειρείται μια κριτική προσέγγιση του ρόλου των δημόσιων οργανισμών, τη σημασία της δημόσιας πολιτικής καθώς και τον μεταβαλλόμενο ρόλο του κράτους στην εποχή μας. Προς τούτο η προσοχή εστιάζεται σε οργανισμούς διαφόρων μεγεθών, διαφορετικών μορφών (π.χ., κυβερνητικούς, μη-κυβερνητικούς, διεθνείς), που λειτουργούν σε διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα, διαφορετικά πολιτικά ή οικονομικά συστήματα. Τέλος θα ασχοληθούμε με θέματα, προβλήματα και πρακτικές της δημόσιας διοίκησης και δημόσιας πολιτικής σε συνάρτηση με την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Παγκόσμια Κοινότητα.

Στην πορεία των διαλέξεων επιδιώκεται να γίνει κατανοητό στους φοιτητές:

- Οι λόγοι δημιουργίας επιχειρήσεων και οργανισμών καθώς και στοιχεία που συνθέτουν τις σχέσεις τους με τρίτους (συνεργάτες, διάφορα κοινά αλλά και πελάτες).
- Οι κύριες επιχειρησιακές λειτουργίες και οι αναγκαίες συνέργιες που συγκλίνουν σε ένα ενιαίο αποτέλεσμα που υπηρετεί την αποστολή της επιχείρησης ή οργανισμού.
- Η σπουδαιότητα και το περιεχόμενο της οργάνωσης και διοίκησης μιας επιχείρησης σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας της – ο καταμερισμός έργου και ευθυνών.
- Ο προσανατολισμός της οργάνωσης και της διοίκησης επιχειρήσεων και οργανισμών στο έργο και την πολιτική τους, οι μεταξύ τους ομοιότητες και οι διαφορές τους στην πράξη αλλά και σε συνάρτηση με την ίδια την αποστολή τους.

A105 - Εισαγωγή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Y-MEY)

Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) αναφέρεται στα μέσα αλληλεπίδρασης ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα social media εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως πχ. ιστολόγια, ιστοσελίδες όπως το Facebook, φόρουμς, κλπ. Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τους φοιτητές στον κόσμο των social media, να παρουσιάσει τις χρήσεις των social media, τις δυνατότητες, τις ευκαιρίες αλλά και τους κινδύνους που ανακύπτουν από τη συμμετοχή ατόμων και επιχειρήσεων σε αυτά τα δίκτυα.

Στις ασκήσεις πράξεις του μαθήματος παρουσιάζονται μελέτες περίπτωσης κοινωνικών Δικτύων (Facebook, YouTube κ.α.). Οι φοιτητές καλούνται να δημιουργήσουν project με θέμα την πορεία ανάπτυξης ενός social media και την κατάσταση σήμερα, την οποία παρουσιάζουν στην αίθουσα.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Facebook για επιχειρήσεις. Πώς φτιάχνεται σελίδα, event και group στο Facebook για την προώθηση μιας επιχείρησης.
- Facebook Analytics. Πως μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα στατιστικά χρήσης του Facebook για προώθηση σελίδων και εξαγωγή συμπερασμάτων.
- Twitter για επιχειρήσεις
- Wikipedia. Συμμετοχή και συν-δημιουργία περιεχομένου
- Pinterest. Εισαγωγή στο Social Bookmarking και η χρησιμότητά του. Δημιουργία προσωπικού λογαριασμού.
- Google+. Παρουσίαση της πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης της Google και η σχέση της με τα υπόλοιπα online εργαλεία της εταιρείας (Google Maps, Calendar, Drive κτλ)
- LinkedIn. Δημιουργία επαγγελματικού προφίλ.

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

- Τι είναι τα Social Media και ποια η ιστορία τους. Πόσοι άνθρωποι στον κόσμο τα χρησιμοποιούν και γιατί.
- Ποιά είναι τα social media και ποιές οι λειτουργίες τους.
- Τις βασικές δυνατότητες των μεγαλύτερων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, YouTube, wikipedia, Instagram, Foursquare, Pinterest, LinkedIn).
- Ποιες οι διαφορές τους και ποιος ο βασικός λόγος συμμετοχής ενός ατόμου ή μιας επιχείρησης σε αυτά.
- Πώς να χρησιμοποιούν τα δεδομένα χρήσης και επισκεψιμότητας για να προωθήσουν μια σελίδα (Social Media Analytics).
- Ποιοι είναι οι κίνδυνοι συμμετοχής στα social media. Ποιοι είναι οι όροι χρήσης κάθε μέσου.

B201 - Σύγχρονες τάσεις στις Ψηφιακές Επικοινωνίες και τα Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)

Οι εξελίξεις στον χώρο των Ψηφιακών Επικοινωνιών και των Ψηφιακών Μέσων είναι καθημερινές και ραγδαίες. Ζούμε σε έναν συνεχώς μεταλλασσόμενο ψηφιακό κόσμο όπου πολλές φορές είναι δύσκολο να παρακολουθήσει κανείς τις αλλαγές που συντελούνται. Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει στους φοιτητές τις τελευταίες εξελίξεις στον χώρο των Ψηφιακών Επικοινωνιών (σταθερές και κινητές Επικοινωνίες) αλλά και τα Ψηφιακά Μέσα (Νέα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης και Εφαρμογές, νέες μορφές πληροφορίας, νέες υπηρεσίες και εργαλεία).

Στις ασκήσεις πράξεις του μαθήματος παρουσιάζονται τελευταίες μελέτες και μελέτες περίπτωσης για την εξέλιξη των επικοινωνιών και των ψηφιακών μέσων. Στους φοιτητές ανατίθεται project που αφορά τις εξελίξεις στον κόσμο των κινητών επικοινωνιών και των streaming media καθώς και ανάλυση νέων υπηρεσιών για κινητά τηλέφωνα και tablets.

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

- Τις τελευταίες εξελίξεις στις σταθερές Ψηφιακές Επικοινωνίες
- Τις τελευταίες εξελίξεις στις κινητές και ασύρματες Ψηφιακές Επικοινωνίες
- Τις εξελίξεις στο Διαδίκτυο σε ότι αφορά τα δίκτυα, τις υπηρεσίες και την πορεία ενοποίησης των μέσων
- Τις νέες υπηρεσίες που έχουν δημιουργηθεί στον χώρο του Διαδικτύου και των κινητών συσκευών
- Την εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την θέση τους στην σύγχρονη επικοινωνία

B202 - Διαδίκτυο και Ψηφιακά Μέσα (Υ-ΜΓΥ)

Το Διαδίκτυο έχει αλλάξει τον τρόπο μετάδοσης και παρουσίασης της πληροφορίας. Στις μέρες μας συντελείται αυτό που ονομάζεται ενοποίηση υπολογιστών, δικτύων, περιεχομένου και ψηφιακών μέσων (network and media convergence – συχνά αναφέρεται ως convergence of the 3C's. computing, communication, and content). Όλα πλέον τείνουν να γίνονται με χρήση του Διαδικτύου και μάλιστα μιας μόνο εφαρμογής του που είναι το WWW. Υπάρχει ακόμη η τάση παραδοσιακά μέσα όπως είναι τα περιοδικά, οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση να χρησιμοποιούν νέα κανάλια μετάδοσης (βασισμένα στο διαδίκτυο) για ταυτόχρονη μετάδοση του περιεχομένου που παράγουν σε διαφορετικές πλατφόρμες (προσωπικούς υπολογιστές, κινητά, tablet κτλ). Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση της επίδρασης του Διαδικτύου και των τεχνολογιών του στην διαμόρφωση και την εξέλιξη των Ψηφιακών Μέσων και τη διαμόρφωση νέων μορφών περιεχομένου. Παρουσιάζονται οι βασικές αρχές λειτουργίας του Διαδικτύου σε επίπεδο δικτύου, πρωτοκόλλων και υπηρεσιών. Γίνεται μια εισαγωγή στις τεχνολογίες κινητών συσκευών. Τέλος παρουσιάζονται τεχνολογίες και εφαρμογές που επιτρέπουν την ταυτόχρονη μετάδοση και χρήση περιεχομένου σε πολλές τερματικές συσκευές.

Στις ασκήσεις πράξεις του μαθήματος παρουσιάζονται περιπτώσεις ενοποίησης τεχνολογιών σε οργανισμούς μέσων ενημέρωσης και οι αλλαγές που έγιναν σε αυτούς τους οργανισμούς στην σύγχρονη εποχή του Διαδικτύου. Οι φοιτητές θα αναλάβουν project όπου θα επιλέξουν ένα μεγάλο οργανισμό μέσων ενημέρωσης ή ένα μεγάλο brand και θα παρουσιάσουν την εξέλιξη του κυρίως τα τελευταία χρόνια της μεγάλης διείσδυσης του Διαδικτύου.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Πλατφόρμες Διαχείρισης περιεχομένου με έμφαση στην πλατφόρμα Wordpress
- Χρήση της πλατφόρμας online υπηρεσιών της Google

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

- Τις βασικές αρχές λειτουργίας του Διαδικτύου
- Τις βασικές αρχές λειτουργίας κινητών συσκευών
- Την έννοια και τη σημασία της ενοποίησης δικτύων και ψηφιακών μέσων
- Την χρήση της πλατφόρμας διαχείρισης περιεχομένου Wordpress
- Την χρήση της πλατφόρμας online υπηρεσιών της Google

B203 - Κοινωνική Ψυχολογία και Κοινωνική Διάδραση (Υ-ΔΟΝΑ)

Η Κοινωνική Ψυχολογία είναι γνωστικό αντικείμενο που αποτελεί από μόνο του μία ολόκληρη επιστήμη. Στο πλαίσιο του εν λόγω μαθήματος προσεγγίζονται οι σύγχρονες οπτικές σχετικά με ψυχοκοινωνικές οντότητες όπως οι στάσεις οι κοινωνικοί ρόλοι και οι αναπαραστάσεις. Η εισαγωγή αλλαγής ως τόπος συνάντησης της επικοινωνίας με αυτόν της κοινωνικής διάδρασης. Θεώρηση της επιρροής, της μάθησης αλλά και των στερεοτύπων.

B204 - Δημοσιογραφία και Δημόσιος Λόγος (Υ-ΜΓΥ)

Το μάθημα αναφέρεται στο λειτούργημα της δημοσιογραφίας, στις αρχές και την δεοντολογία που τη διέπουν καθώς και στις τεχνικές του δημοσιογραφικού λόγου όπως λειτουργείται αυτός μέσα στο σύμπαν του σύγχρονου μηντιακού λόγου.

Το μάθημα αποτελεί μια διαχρονική αλλά και συγχρονική προσέγγιση της δημοσιογραφίας και του τρόπου που συγκροτήθηκε διεθνώς και σε εθνικό επίπεδο από την εποχή του Διαφωτισμού μέχρι και σήμερα. Ειδικότερα διερευνά τη γένεση των ελληνικών εφημερίδων τον 18 αιώνα, την ανάπτυξή τους κατά τον 19ο και 20ο αιώνα, το ζήτημα της σχέσης του τύπου με την πολιτική εξουσία, την ιδεολογική και κοινωνική λειτουργία των εφημερίδων καθώς και τον ρόλο τους στη δημιουργία της ελληνικής ιστορικής συνείδησης

Άλλες σημαντικότερες θεματικές του μαθήματος είναι:

- Οι συγκλίσεις και αποκλίσεις του δημοσιογραφικού λόγου σε συνάρτηση με το μέσο.
- Η τυπολογία των ειδών του δημοσιογραφικού λόγου και οι παραλλαγές του αναλόγως μέσου.
- Ο γραπτός, ο προφορικός και ο μεικτός τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος.
- Τα γενικά χαρακτηριστικά της τηλεοπτικής δημοσιογραφικής γλώσσας.
- Τα talk show και το πορτραίτο της Ηλεκτρονικής Δημοσιογραφίας σήμερα.

Όπως διαφαίνεται από τα ανωτέρω το μάθημα εστιάζεται κατά ένα μεγάλο μέρος στην ανάλυση των γλωσσικών χαρακτηριστικών και των συμφραζομένων των πιο διακεκριμένων ειδών του δημοσιογραφικού λόγου: της είδησης, της συνέντευξης, αλλά και του talk-show και της τηλεμαχίας (debate) όταν πρόκειται για ραδιόφωνο ή τηλεόραση. Στο πλαίσιο αυτής της ανάλυσης διδάσκονται τα μεθοδολογικά εργαλεία για την ανάλυση του λόγου στα ΜΜΕ όπως:

- Η ανάλυση συνομιλίας (conversation analysis),
- Τα αξιώματα του Grice και
- Η θεωρία της γλωσσικής ευγένειας (politeness theory).

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

1. Κατανοήσουν σε βάθος την ιστορική εξέλιξη του ελληνικού τύπου,
2. Να γνωρίσουν σε βάθος το ρόλο του ελληνικού τύπου στη διαμόρφωση των πολιτικών εξελίξεων,
3. Να κατανοήσουν κριτικά τη λειτουργία του τύπου στη διαμόρφωση του ελληνικού έθνους,
4. Να ελέγξουν αποτελεσματικά τη σχετική επιστημονική βιβλιογραφία και τις πηγές.

B205 - Αρχές Μάρκετινγκ (Υ-ΜΓΥ)

Το μάθημα αυτό εισάγει τους φοιτητές στις βασικές έννοιες της Επιστήμης του Μάρκετινγκ, τις οποίες και επικεντρώνει στα πεδία των λειτουργιών και των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ένα στέλεχος μάρκετινγκ.

Το μάθημα εξειδικεύει τον διαχειριστικό προβληματισμό στις περιοχές του σχεδιασμού και της παραγωγής του προϊόντος, στη σχέση του προϊόντος με τον καταναλωτή και την καταναλωτική συμπεριφορά, στη ζήτηση του προϊόντος από την αγορά και τα κοινά του, στην τμηματοποίηση της αγοράς και τη διαμόρφωση προϊόντων για κάθε κοινό, στην μελέτη του ανταγωνισμού και τη διαφοροποίηση από αυτόν, στην έρευνα και το μείγμα μάρκετινγκ, δηλαδή, σε θέματα όπως:

- διαχείριση του προϊόντος – brand management
- τιμολόγηση (κόστος και τιμή),
- τη διανομή (δίκτυα, συνεργασίες κ.λπ.)
- την προώθηση και την προβολή του.

Σκοπός του μαθήματος είναι να δώσει τη δυνατότητα στους σπουδαστές να κατανοήσουν τη διαδικασία προγραμματισμού, οργάνωσης και διαχείρισης συστημάτων μάρκετινγκ, αλλά και την επιλογή του κατάλληλου μείγματος (4P) μέσα από την έρευνα της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Κατά τη διάρκεια του μαθήματος ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο θέμα της έρευνας μάρκετινγκ όπου και εξετάζονται τα διάφορα στάδια της ερευνητικής διαδικασίας, οι εναλλακτικοί τύποι σχεδιασμού έρευνας, καθώς και βασικές μέθοδοι και μέσα συλλογής δεδομένων στο μάρκετινγκ. Τέλος, γίνεται αναφορά στον τρόπο δειγματοληψίας, καθώς επίσης και στη διαδικασία ανάλυσης, ερμηνείας και παρουσίασης των ευρημάτων που προκύπτουν από την έρευνα.

B206 - Επιχειρησιακές Επικοινωνίες και Νέες Τεχνολογίες (Υ-MEY)

Στο μάθημα αναλύονται οι θεωρίες οργανώσεων ανθρωπίνων σχέσεων και λήψης αποφάσεων στους εργασιακούς οργανισμούς. Οι σχέσεις διοίκησης και εργαζομένων. Πως λειτουργεί η αρχή της μοναδικότητας στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Οι μορφές επιχειρησιακής επικοινωνίας. Πως λειτουργεί η επικοινωνία στη συμμετοχική διοίκηση. Προσέγγιση των επιχειρησιακών συναντήσεων, των συμβουλίων, των συσκέψεων. Η σύνταξη εγγράφων, εγκυκλίων και υπηρεσιακών εκθέσεων, η ομαδική επικοινωνία, τα προβλήματα και οι προοπτικές ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Το θεωρητικό υπόβαθρο και η πρακτική έκφραση της υποκίνησης, της αξιολόγησης και της επιμόρφωσης του ανθρωπίνου δυναμικού. Τα ηλεκτρονικά μέσα των σύγχρονων ενδοεπιχειρησιακών διαδικασιών και η πολυεπίπεδη ανάπτυξη της επικοινωνίας καθώς σύγχρονες τεχνολογικές εφαρμογές δίνουν νέες εκτενείς δυνατότητες στους διοικητικούς μηχανισμούς.

Στο εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος θα γίνει εισαγωγή στο Microsoft Word, Excel και Powerpoint.

C301 - Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Στρατηγικές Προβολής (Υ-MEY)

Η προβολή ατόμων, επιχειρήσεων προϊόντων, υπηρεσιών, εκδηλώσεων και γεγονότων γίνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στις μέρες μας μέσα από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι φοιτητές γνωρίζοντας ήδη τις βασικές αρχές και τη λειτουργία των Social Media από το μάθημα «Εισαγωγή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης» θα έχουν τη δυνατότητα εδώ να γνωρίσουν τις στρατηγικές που πρέπει να ακολουθηθούν για προβολή μέσα από τα Social Media. Οι φοιτητές θα γνωρίσουν πως εφαρμόζονται οι αρχές του Marketing στον κόσμο των Social Media, τις διαφορές μιας στρατηγικής και μιας καμπάνιας στα Social Media. Θα γνωρίσουν πως καταστρώνεται μια στρατηγική στα Social Media και τα αναγκαία βήματα για να δημιουργηθεί, να υλοποιηθεί, να διαχειριστεί και να παρακολουθηθεί μια καμπάνια στα Social Media. Διδάσκονται ακόμη οι έννοιες του Return on Investment (ROI) και του Cost of Inaction (COI) στα Social Media. Θα παρουσιαστούν μελέτες περίπτωσης επιτυχημένων και αποτυχημένων στρατηγικών προβολής

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Χρήση του Facebook για Branding, πωλήσεις, SEO και υποστήριξη
- Χρήση του Google+ για Branding, πωλήσεις, SEO και υποστήριξη
- Χρήση του Twitter για Branding, πωλήσεις, SEO και υποστήριξη
- Χρήση του YouTube για Branding, πωλήσεις, SEO και υποστήριξη

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

- Τι είναι στρατηγική και τι μια καμπάνια στα Social Media
- Τον τρόπο εφαρμογής των Αρχών του Marketing στα Social Media
- Τα 5 βήματα μιας καμπάνιας στα Social Media

- Πνw να βρίσκουν τα κατάλληλα Social Media για κάθε ενέργεια προβολής και να αλληλεπιδρούν με αυτά
- Τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνουν κατά τη διάρκεια μιας καμπάνιας
- Πως πρέπει να χρησιμοποιείται το Facebook και το Twitter από επιχειρήσεις
- Να μετρούν σωστά και να αποτυπώνουν τα αποτελέσματα μιας καμπάνιας Social Media

C302 - Παραγωγή Οπτικοακουστικών Μέσων (Υ-MEY)

Το μάθημα λειτουργεί συνδυαστικά με τα μαθήματα «Παραγωγή ψηφιακών εφαρμογών εικόνας και animation» και «Ψηφιακός σχεδιασμός εντύπων μέσων» προκειμένου να στοιχειοθετηθεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην παραγωγή των σύγχρονων μέσων επικοινωνίας. Επί αυτού του συνόλου, το εν λόγω μάθημα καλείται να οικοδομήσει γνωστικά το θεωρητικό και τεχνολογικό υπόβαθρο των πληροφοριακών εφαρμογών του ήχου και της κινούμενης εικόνας (video). Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου ο σπουδαστής έρχεται σε επαφή με μια σειρά από θεμελιώδεις έννοιες της Πληροφορικής και συνειδητοποιεί το πώς αυτές υλοποιούνται στην διαχείριση του ψηφιακού ήχου και video.

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

- Έχει κατανοήσει σε επίπεδο εφαρμογής και αναγκαιότητας τον κεντρικό ρόλο των οπτικοακουστικών εφαρμογών στην σύγχρονη πραγματικότητα των media.
- Έχει κατανοήσει την θεωρία υποβάθρου σε ο,τι αφορά τα μέσα τα οποία παρέλκονται στο ακουστικό και στο οπτικό ερέθισμα.
- Έχει γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της επεξεργασίας ήχου και video καθώς και των σχετικών διαδικασιών διαχείρισης των παραγόμενων δεδομένων.
- Αποτιμά και αξιολογεί την μέθοδο και το αποτέλεσμα, από πλευράς αισθητικής, τεχνολογικής προσέγγισης, επικοινωνίας κ.ο.κ.
- Περιγράφει, αναλύει, επεξηγεί και εν γένει επικοινωνεί όλα τα ζητήματα τα οποία προκύπτουν εντός της ανάπτυξης οπτικοακουστικών εφαρμογών.
- Κατέχει την θέση των συγκεκριμένων μεθόδων, τεχνικών και εργαλείων που χρησιμοποίησε στο μάθημα επί της πλήρους (αφαιρετικής) εικόνας της όλης διαδικασίας και φάσεων μιας παραγωγής.
- Να έχει βιώσει την στενή συσχέτιση του ήχου και της εικόνας σε επίπεδο τεχνολογίας υποβάθρου, εργαλείων διαχείρισης, μηνύματος και ερμηνείας.

C303 - Πολιτική Επικοινωνία και Διαχείριση Εικόνας (Υ-MEY)

Το μάθημα εστιάζει στην κατανόηση των αιτιών, των διεργασιών και των συνεπειών της μεσοποίησης της πολιτικής, εξετάζοντας τη σχέση των μέσων επικοινωνίας, των πολιτικών θεσμών και της πολιτικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένης της διαμόρφωσης και έκφρασης γνώμης. Τα βασικά ερωτήματα που θα μας απασχολήσουν είναι πώς λειτουργεί η πολιτική πειθώ, πώς επιδρά η επαγγελματοποίηση της δημόσιας επικοινωνίας στους πολιτικούς θεσμούς, πώς σχεδιάζονται και πώς επιδρούν οι προεκλογικές εκστρατείες, πώς τα πολιτικά μηνύματα επιδρούν στην πολιτικές αντιλήψεις, συναισθήματα και συμπεριφορές των πολιτών και πώς οι πολίτες χρησιμοποιούν τα μέσα για τη συμμετοχή τους στις πολιτικές διαδικασίες, σε εθνικό και υπερεθνικό επίπεδο.

Το μάθημα επικεντρώνεται:

- στη δομική σχέση (α) πολιτών, (β) δημοσιογράφων και (γ) πολιτικών.
- στο ρόλο των ΜΜΕ, στη διασπορά αξιόπιστης ενημέρωσης και στην παροχή διαύλων επικοινωνίας σε πολίτες και πολιτικές δυνάμεις.
- στην περιγραφή των πολιτευμάτων και της πολιτικής επικοινωνίας που υιοθετούν σε επίπεδο ενημέρωση και συμμετοχής των πολιτών στα δημόσια πράγματα.
- στο θέμα της ελευθεροτυπίας και της ελευθερίας έκφρασης στη συγκρότηση των δημοκρατικών πολιτευμάτων και του κράτους δικαίου.

Στο ίδιο πλαίσιο εξετάζονται το πολιτικό σύστημα, το οικονομικό σύστημα και η οργανωμένη κοινωνία των πολιτών. Τα θέματα της κοινής γνώμης, των δημοσκοπήσεων, της προπαγάνδας και του πολιτικού μάρκετινγκ και τέλος οι δομές των ΜΜΕ, οι σχέσεις τους με τις επιχειρήσεις και την πολιτική εξουσία, τα θέματα κυριαρχίας και δημοκρατίας.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις αλλαγές που εισάγουν στην πολιτική επικοινωνία το διαδίκτυο και τα νέα μέσα και στο ερώτημα εάν οι νεότερες τεχνολογίες επικοινωνίας αποτελούν λίκνο για μια πιο ανοιχτή δημοκρατία ή ένα εργαλείο για την εντατικοποίηση του ελέγχου της δημόσιας επικοινωνίας από τις πολιτικές ελίτ.

Τέλος, στο πλαίσιο του ιδίου μαθήματος αναλύεται η έννοια του πολιτικού μάρκετινγκ και ο εμπλουτισμός της πολιτικής επιστήμης με τις τεχνικές του μάρκετινγκ με βάση τις οποίες χαρτογραφείται το εκλογικό σώμα και καταγράφεται η πολιτική προτίμηση με κριτήριο τα δημογραφικά χαρακτηριστικά αλλά και σε συνάρτηση με τη δημοφιλία του πολιτικού. Στο ίδιο πλαίσιο γίνεται αναφορά σε πρακτικές καλλιέργειας της φήμης και του προφίλ των πολιτικών προσώπων με αναφορά στη δράση τους και τη σχέση τους με τα ΜΜΕ.

C304 - Διαφήμιση και Στρατηγική Επικοινωνίας (Υ-MEY)

Η διαφήμιση αναμφισβήτητα αποτελεί μια μορφή τέχνης, που συνδυάζει κείμενο, ήχο και εικόνα, είδη επικοινωνίας που θέτει στην υπηρεσία της πειθούς. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν ότι η διαφήμιση κεντρίζει το πλήθος και παρασύρει το κοινό σε δράσεις μεγαλύτερης και συχνότερης κατανάλωσης.

Για να το πετύχει αυτό η διαφήμιση χρησιμοποιεί συγκεκριμένες τακτικές και στρατηγικές που διευκολύνουν την αναγνωρισιμότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που διαφημίζει αλλά και τη διάκρισή του/της από τον ανταγωνισμό.

Καθώς η διαφήμιση είναι μια ενέργεια μεγάλου κόστους το περιεχόμενο, η μορφή της και η έγκαιρη προβολή της είναι καθοριστικοί παράγοντες της επιτυχίας της. Πολύς κόσμος πιστεύει ότι μια πετυχημένη διαφήμιση είναι προϊόν μια καλής ιδέας, μια έμπνευσης δηλαδή, αγνοώντας ότι στην πραγματικότητα μια πετυχημένη διαφήμιση είναι προϊόν μια καλοσχεδιασμένης στρατηγικής επικοινωνίας.

Το μάθημα λοιπόν αυτό είναι διττό, από τη μία διδάσκει τί είναι η Διαφήμιση και από την άλλη τί είναι Στρατηγική Επικοινωνίας.

Επί τη βάση αυτών των δύο περιοχών εκμάθησης οι φοιτητές διδάσκονται τα βασικά είδη διαφήμισης αλλά και οι πρακτικές που χρησιμοποιεί, τις τεχνικές δηλαδή που συγκροτούν μια διαφημιστική επικοινωνίας (κατά τους ανθρώπους του μάρκετινγκ), αλλά και αυτά της κριτικής και της δομικής ανάλυσης του περιεχομένου των διαφημίσεων, πρώτον, σε συνάρτηση με το κοινό που απευθύνονται και, δεύτερον, σε συνάρτηση με την τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά.

Η διαφήμιση δεν εικάζει αλλά απεικονίζει την καταναλωτική πραγματικότητα και νοοτροπία – θα έλεγε κανείς τη «διεγείρει». Η κατανόηση λοιπόν των ανθρώπινων κινήτρων αλλά και της καθημερινής γλώσσας είναι προαπαιτούμενα μιας επικοινωνίας που επιδιώκει την προσοχή του αναγνώστη/θεατή και την πειθώ του, αποσκοπώντας στην καλλιέργεια εκείνης της αναγνωρισιμότητας που οδηγεί στην προτίμηση και αυξάνει τις πωλήσεις – το μόνο πραγματικό μέτρο επίδρασης και επιτυχίας μιας διαφήμισης.

Έτσι, στο κομμάτι της στρατηγικής ενσωματώνεται η ανάγνωση του επικοινωνιακού ανταγωνισμού και η επιδίωξη μέσα από αυτόν να βρεθεί (και να διατυπωθεί) η ειδοποιός διαφορά του διαφημιζόμενου από τον ανταγωνισμό του.

Μέρος της διδασκαλίας εστιάζεται στο Δημιουργικό των διαφημίσεων, δηλαδή:

1. στην παρουσίαση των εννοιών της δημιουργικότητας στην Επιχειρησιακή Επικοινωνία.
2. στην εξάσκηση των σπουδαστών στην ανάπτυξη της δημιουργικής σκέψης μέσω τεχνικών ανάπτυξης και παρουσίασης ιδεών.
3. στην προσομοίωση του πραγματικού περιβάλλοντος μιας διαφημιστικής εταιρείας και η εργασία σε ομάδες για την εύρεση και ανάπτυξη του διαφημιστικής ιδέας και του διαφημιστικού πλάνου που στηρίζεται σε μια συγκεκριμένη επικοινωνιακή στρατηγική.

Με το πέρας των διαλέξεων αρχίζει η πρακτική εκμάθηση που οδηγεί στη σύλληψη και την εκτέλεση διαφημιστικής καμπάνιας από τους ίδιους τους φοιτητές με θέμα δικής τους επινόησης το οποίο και παρουσιάζουν.

Επιπροσθέτως το μάθημα εξετάσει τη σημασία της βιομηχανίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας, σε ένα πλαίσιο αγοράς που σχετίζεται με τις χρήσης χώρου και χρόνου στα διαφημιστικά μέσα. Ξεκινώντας από τα ιδιαίτερα γνωρίσματα κάθε διαφημιστικού μέσου γίνεται αναφορά στις ιδιαιτερότητες καθενός, επισημαίνονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους και αξιολογείται την καταλληλότητά τους στην επιδίωξη των εκάστοτε διαφημιστικών στόχων.

Σε αυτή τη λογική στο μάθημα αναλύονται οι βασικοί παράγοντες επιλογής διαφημιστικών μέσων και εξετάζεται ενδελεχώς ο τρόπος ανάπτυξης ενός αποτελεσματικού πλάνου επικοινωνίας (media plan) και η ορθή διαχείριση του διαθέσιμου διαφημιστικού προϋπολογισμού (media budget).

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα “νέα” κανάλια επικοινωνίας: τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στη viral διαφήμιση και τη διαφήμιση μέσω κινητού τηλεφώνου.

Το μέρος αυτό του μαθήματος ολοκληρώνεται με το θέμα της διαπραγμάτευσης και την αγορά διαφημιστικού χώρου και χρόνου, καθώς και στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της διαφημιστικής εκστρατείας κατά την εκτύλιξή της και μετά την ολοκλήρωσή της.

Τέλος το μάθημα εξειδικεύει τη διαφήμιση στην έντυπη, ραδιοφωνική, τηλεοπτική και ψηφιακή εκδοχή μέσα από πολλά παραδείγματα, από το 1875 έως και σήμερα.

C305 - Δίκτυα Υπολογιστών και Τεχνολογίες Διαδικτύου (Υ-ΜΓΥ)

Τα Δίκτυα είναι η βάση πάνω στην οποία λειτουργούν τα Ψηφιακά Μέσα και πραγματοποιούνται όλες οι σύγχρονες επικοινωνίες. Το μάθημα εστιάζει στα βασικά σημεία τις θεωρίας και της πράξης που πρέπει να γνωρίζουν οι φοιτητές για να μπορέσουν να αντιληφθούν πως λειτουργούν τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται ευρέως σήμερα και θα χρησιμοποιήσουν και οι ίδιοι σε ολόκληρη τη διάρκεια της επαγγελματικής τους ζωής. Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Εισαγωγή στα Δίκτυα. Πως χρησιμοποιούνται από επιχειρήσεις, τα νοικοκυριά, τα κινητά τηλέφωνα.
- Υλικό Δικτύων. Παρουσίαση LAN, MAN, WAN και Διαδικτύων
- Το Διαδίκτυο και η κινητή τηλεφωνία, τα ασύρματα Δίκτυα και τα RFID Δίκτυα
- Προτυποποίηση δικτύων. Ποιοι είναι οι οργανισμοί που ασχολούνται με την προτυποποίηση.
- Μονάδες μέτρησης
- Εισαγωγή στο Ethernet
- Παρουσίαση DSL
- Ασύρματα δίκτυα
- Ευρυζωνικά δίκτυα
- Bluetooth
- RFID
- Εισαγωγή στη δρομολόγηση
- Πρωτόκολλο IP
- DNS
- Ο παγκόσμιος ιστός. Αρχιτεκτονική, στατικές και δυναμικές ιστοσελίδες. HTTP και HTML
- Εισαγωγή στις Βάσεις Δεδομένων Διαδικτύου
- Παρουσίαση επιλογών φιλοξενίας ιστοσελίδων
- Το διαδίκτυο και οι κινητές συσκευές
- Ήχος και Video πραγματικού χρόνου.
- Ασφάλεια δικτύων και εφαρμογών

Στις ασκήσεις πράξεις του μαθήματος παρουσιάζονται εναλλακτικές αρχιτεκτονικές τοπικών δικτύων αλλά και ευρυζωνικών δικτύων όπως είναι το ΕΔΕΤ. Δίνεται project στους φοιτητές

με θέμα τα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν από την σύλληψη μιας ιδέας για μια διαδικτυακή εφαρμογή έως τη λειτουργία της. Οι φοιτητές αναφέρονται σε θέματα επιλογής δικτύου, επιλογής τεχνολογιών, επιλογής πακέτων φιλοξενίας κτλ.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή στην HTML5 και την Javascript
- Προγραμματισμός ιστοσελίδων για κινητές συσκευές (Responsive)
- Δημιουργία απλών βάσεων Δεδομένων MySQL

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

- Τις βασικές αρχές λειτουργία των τοπικών δικτύων και του Διαδικτύου
- Την λειτουργία του παγκόσμιου ιστού
- Τις αρχές μετάδοσης ήχου και video από το Διαδίκτυο
- Ποια είναι τα βασικά θέματα ασφάλειας στα δίκτυα και λύσεις
- Πως δημιουργείται μια Διαδικτυακή εφαρμογή και ποια τα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπισθούν κατά τη δημιουργία και την λειτουργία της
- Να προγραμματίζουν απλές εφαρμογές σε HTML5 και MySQL

C306 - Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας (Υ-ΜΓΥ)

Μετά από μια πλούσια αναφορά στα θέμα της επιστημολογίας και της μεθοδολογίας το μάθημα μυεί τους φοιτητές στις αρχές της επιστημονικής σκέψης και της έρευνας, την οποία και διακρίνει σε ποιοτική και ποσοτική.

Το πρώτο μέρος του μαθήματος εστιάζεται στην ποιοτική έρευνα όπου και παρουσιάζονται οι ερευνητικές προσεγγίσεις της ποιοτικής μεθόδου: συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης, μελέτες περίπτωσης και εθνογραφία, δηλαδή η μέθοδος της συμμετοχικής παρατήρησης. Καθώς τα ποιοτικά δεδομένα (δηλαδή έννοιες όπως δημοκρατία, αγάπη κ.ά.) είναι δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν, το μάθημα δίνει έμφαση στην κατανόηση των τεχνικών ερωτηματολογίου και τη χρήση κλιμάκων. Επιπλέον δίνεται έμφαση στη σημασία της συλλογής και της ανάλυσης δεδομένων σε συνάρτηση με τις υποθέσεις εργασίας και τα ερευνητικά ερωτήματα.

Το πρώτο μέρος του μαθήματος εστιάζεται στην ποσοτική έρευνα αποσκοπώντας στην εξοικείωση των φοιτητών με βασικές μεθόδους ανάλυσης ποσοτικών δεδομένων με έμφαση τόσο στη θεωρητική κατανόηση όσο και στην πρακτική εφαρμογή.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές είναι σε θέση:

- να χρησιμοποιούν τα στατιστικά εργαλεία για την περιγραφική ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τον προβληματισμό και την μεταξύ των παραγόντων αυτών συσχέτιση,
- να κατανοήσουν την έννοια της στατιστικής επαγωγής,

- να εφαρμόζουν πρακτικά τις διαδικασίες εκτίμησης των πληθυσμιακών παραμέτρων και του ελέγχου των υποθέσεων,
- να γνωρίζουν την έννοια του στατιστικού ελέγχου και τα εργαλεία της ανάλυσης της γραμμικής παλινδρόμησης,
- και να έχουν εξοικειωθεί με τη διαδικασία της παραγοντοποίησης και του ελέγχου των μεταβλητών.

Κατά τη διάρκεια του μαθήματος οι φοιτητές υλοποιούν μικρή ερευνητική εργασία, χρησιμοποιώντας τις μεθόδους συλλογής, κωδικοποίησης και ανάλυσης ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων που διδάχτηκαν.

D401 - Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία και Δημοσιογραφία Δεδομένων (Υ-ΜΕ)

Το μάθημα αποσκοπεί στο να γνωρίσουν οι φοιτητές τις σύγχρονες μορφές δημοσιογραφίας και να εξοικειωθούν με τα διαδικτυακά εργαλεία του ρεπορτάζ, έχοντας πριν όμως κατανοήσει το ρόλο και τη λειτουργία των νέων τεχνολογιών, των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας αλλά και τη σημασία της συνεχούς πληροφόρησης.

Στα εισαγωγικά μαθήματα δίνεται έμφαση στο διαδίκτυο ως πρωταρχική μορφή πληροφόρησης και επιπλέον παρουσιάζεται η εικόνα του διεθνούς και του ελληνικού ενημερωτικού διαδικτύου καθώς και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των blogs στη διάδοση της πληροφορίας και της πολιτικής ενημέρωσης.

Στο θεωρητικό μέρος του μαθήματος αναλύονται, από τη σκοπιά της κειμενογλωσσολογίας και της ανάλυσης λόγου οι έννοιες του κειμένου και του υπερκειμένου, οι ιδιότητες των ηλεκτρονικών κειμένων, τα βασικά εργαλεία της γλωσσολογίας του υπερκειμένου και, στη συνέχεια, παρουσιάζονται προτάσεις για την ταξινόμηση των ψηφιακών (διαδικτυακών) ειδών λόγου και ιδιαίτερα των δημοσιογραφικών.

Στο εμπειρικό μέρος του μαθήματος αναλύεται η μορφή, το περιεχόμενο και η λειτουργία της αρχικής σελίδας διαδικτυακών εκδόσεων ενημέρωσης, και η συνεχής εξέλιξή της - περιγράφεται το νεοπαγές είδος των διαδικτυακών ειδήσεων/ρεπορτάζ - προσφέρονται δειγματικές αναλύσεις του (υπέρ)κειμενικού προφίλ ελληνικών διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης ενώ ταυτόχρονα γίνονται συγκρίσεις με ομόλογα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (για παράδειγμα, ανάμεσα στη γραφή μιας έντυπης και μιας ηλεκτρονικής ή πλήρως διαδικτυακής εφημερίδας), ενώ μελετώνται τα ιστολόγια και η σχέση τους με τη δημοσιογραφία από τη σκοπιά της ανάλυσης ειδών λόγου. Στο περιθώριο του μαθήματος (μέσα στο ευρύ πλαίσιο της «γλώσσας του διαδικτύου») αναλύεται το φαινόμενο των Greeklish.

Στο ίδιο πλαίσιο γίνεται εκτενής αναφορά στην επικοινωνία του δημοσιογράφου με το αναγνωστικό κοινό, ενώ σε πρακτικό επίπεδο, οι φοιτητές μαθαίνουν πως να φτιάχνουν και να λειτουργούν δική τους ιστοσελίδα αλλά και να “τρέχουν” δική τους ηλεκτρονική εφημερίδα (π.χ. DSE Enimerosi).

Το συγκεκριμένο μάθημα συνδυάζεται με αντίστοιχο άλλου εξαμήνου (βλέπε “B204 - Δημοσιογραφία και Δημόσιος Λόγος”) αποσκοπώντας στις διασταυρώσεις της δημοσιογραφίας με την πειθώ, την επιχειρηματολογία, τον ερμηνευτικό και αξιολογικό λόγο. Με τον τρόπο αυτό το μάθημα εξειδικεύεται στα διαφορετικά είδη δημοσιογραφικής γραφής και σχολιασμού εντάσσοντας τη δημοσιογραφική πρακτική και δεοντολογία στο πολιτισμικό/ιδεολογικό πλαίσιο (αξίες, στάσεις, στερεότυπα, θεματολογία) και τις προτιμήσεις του αναγνωστικού και διαδραστικού κοινού.

Στο μάθημα παρουσιάζεται ακόμη η έννοια της δημοσιογραφίας δεδομένων που γίνεται όλο και πιο δημοφιλής τα τελευταία χρόνια με την θεαματική αύξηση των ελεύθερων δεδομένων στο Διαδίκτυο. Παρουσιάζονται οι πηγές άντλησης δεδομένων που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας δημοσιογράφος, οι μέθοδοι ανάλυσης των δεδομένων για εξαγωγή συμπερασμάτων αλλά και το νομικό πλαίσιο άντλησης, χρήσης, ανάλυσης και παραγωγής νέων δεδομένων. Η ενότητα της δημοσιογραφίας δεδομένων κλείνει με την παρουσίαση πηγών άντλησης δεδομένων στην Ελλάδα (π.χ. ΔΙΑΥΓΕΙΑ).

Τέλος, το μάθημα αυτό, κάνοντας μικρών σωμάτων κειμένων εκπαιδεύει τους φοιτητές στα αντιπροσωπευτικά είδη λόγου (και εικόνας), επιχειρώντας την εξοικείωση των φοιτητών με την επιχειρηματολογία, την αφήγηση και την περιγραφή ειδήσεων και γεγονότων στο νέο ψηφιακό περιβάλλον.

D402 - Νομικό και Ρυθμιστικό Πλαίσιο Ψηφιακών Μέσων και Διαδικτύου (Υ-MEY)

Η μεγάλη διείσδυση του διαδικτύου και η ραγδαία εξάπλωση των ψηφιακών μέσων έχει συνοδευτεί από μία σειρά νομοθετημάτων σε εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Τα εν λόγω νομοθετήματα προσδιορίζουν το θεσμικό πλαίσιο το οποίο θα πρέπει να ακολουθούν τόσο οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων, όσο και οι ιδιώτες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα. Η γνώση του νομικού πλαισίου που διέπει το διαδίκτυο αλλά και τα ψηφιακά μέσα αποτελεί πολύτιμο και απαραίτητο εφόδιο στους μελλοντικούς επαγγελματίες του χώρου. Μάλιστα λόγω του υψηλού ρυθμού της τεχνολογικής εξέλιξης που χαρακτηρίζει το διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα το νομικό πλαίσιο αυτών συνεχώς τροποποιείται και ανανεώνεται προκειμένου να είναι ενήμερο όσον αφορά τις τεχνολογικές εξελίξεις στο χώρο του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην εμβάθυνση των γνώσεων που σχετίζονται με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, τα πνευματικά δικαιώματα αλλά και τους όρους και τις προϋποθέσεις χρήσης των υπηρεσιών του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων.

D403 -Μηχανές Αναζήτησης Διαδικτύου και Ανάκτηση Πληροφορίας (Υ-MEY)

Οι μηχανές αναζήτησης του Διαδικτύου είναι σήμερα η μεγαλύτερη πηγή συγκέντρωσης και άντλησης πληροφοριών. Η εφεύρεσή τους επέφερε τρομακτικές αλλαγές όχι μόνο στη

χρήση του Διαδικτύου αλλά και στην καθημερινότητα όλων των χρηστών του Διαδικτύου σε βαθμό που να θεωρούνται σήμερα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής εκατομμυρίων ανθρώπων. Το μάθημα παρουσιάζει την ιστορία των μηχανών αναζήτησης και την κατάσταση που επικρατεί σήμερα σε ότι αφορά τη δημοφιλία και τη χρήση τους. Εστιάζει στη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης του Διαδικτύου που είναι η Google. Παρουσιάζονται αρχικά βασικές έννοιες της επιστήμης ανάκτησης πληροφοριών - Information Retrieval (IR)- και έννοιες όπως είναι τα μεταδεδομένα, οι βάσεις δεδομένων και η λειτουργία τους, αλγόριθμοι, Web crawling, data mining, ranking κ.α.

Το μάθημα όπως αναφέρθηκε εστιάζει στην μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης που είναι η Google. Έτσι, παρουσιάζονται αναλυτικά:

- Η ιστορία της μηχανής αναζήτησης
- Ο αλγόριθμος κατάταξης και ταξινόμησης που χρησιμοποιείται από αυτή (Page Rank)
- Μέθοδοι SEO για την μηχανή αναζήτησης
- Διαφήμιση στην Google
- Google Trends
- Google Analytics
- Google Webmaster tools

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Χρήση Google Trends για αποτύπωση της παρούσας κατάστασης μάρκας ή προϊόντος
- Χρήση Google Analytics για εξαγωγή συμπερασμάτων επισκεψιμότητας ενός blog
- Χρήση Webmaster tools για την βελτίωση της εικόνας ενός blog στην μηχανή αναζήτησης Google
- Προχωρημένες μέθοδοι αναζήτησης και φιλτραρίσματος αποτελεσμάτων μηχανής αναζήτησης Google
- Τοποθέτηση διαφημίσεων (Adwords) στη μηχανή αναζήτησης Google και διαχείρισή τους

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

- Την ιστορία και την παρούσα κατάσταση των μηχανών αναζήτησης του Διαδικτύου
- Βασικές έννοιες ανάκτησης δεδομένων, τεχνικών κατάταξης ιστοσελίδων και βάσεων δεδομένων
- Τη λειτουργία της μηχανής αναζήτησης Google
- Την χρήση των εργαλείων και των κατευθυντηρίων γραμμών για καλή θέση στη μηχανή αναζήτησης Google
- Την υλοποίηση καμπάνιας Google Adwords

D404 - Μάρκετινγκ Έντυπων και Ψηφιακών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Υ-MEY)

Το μάθημα εξειδικεύει τις αρχές του Μάρκετινγκ στα παραδοσιακά και τα ψηφιακά ΜΜΕ. Εξετάζοντας τα είδη μέσων μαζικής ενημέρωσης και τις ιδιαιτερότητές τους το μάθημα εστιάζεται όσο στο περιεχόμενο των έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων (εφημερίδες, περιοδικά, τηλεόραση και ραδιόφωνο) όσο και σε αυτό των ψηφιακών μέσων (οπτικο-ακουστικά και ψηφιακά μέσα).

Είτε στο επίπεδο της λειτουργίας του μέσου είτε σε αυτό του προϊόντος και του περιεχομένου, το συγκεκριμένο μάθημα επιδιώκει τη σύνδεση του έργου των παραδοσιακών και ψηφιακών ΜΜΕ με τα επιμέρους κοινά τους.

Το μάθημα αντιλαμβάνεται τη σχέση του παραγωγού και του χρήστη ως μια σχέση διαλεκτική που συναντιέται στο περιεχόμενο και τη μορφή του μέσου και αναζητά σε αυτά την αριστοποίηση της σύνθεσης και της χρήσης. Κατ' αυτόν τον τρόπο θέματα όπως: ύλη κειμένων, εκπομπές αλλά και πρόσθετα προϊόντα (επαυξημένα - δώρα) γίνονται αντικείμενα μελέτης που εξηγούν την λειτουργία των ΜΜΕ αλλά και τη σχέση τους με τα εκάστοτε κοινά στόχος.

Στην ίδια λογική αναλύονται μέθοδοι προβολής των επιχειρήσεων ΜΜΕ και του περιεχομένου τους, αλλά οι σχέσεις με εξωτερικούς παρόχους (και χορηγούς) όπως διαφημιζόμενοι, διαφημιστικές εταιρίες κ.λπ.

D405 - Τουρισμός & Τουριστική Βιομηχανία στην Ψηφιακή Εποχή (Υ-MEY)

Το μάθημα αυτό εκπαιδεύει τους φοιτητές στην έννοια του Τουρισμού την οποία και εξετάζει σε συνάρτηση με το Μάρκετινγκ Υπηρεσιών που αναπτύσσονται στο πλαίσιο της Ελληνικής Τουριστικής Βιομηχανίας. Καθώς η τουριστική βιομηχανία αποτελεί την “βαριά” βιομηχανία της Ελλάδας στο μάθημα αναπτύσσονται όσο πιο διεξοδικά ο χρόνος επιτρέπει οι εξής θεματικές:

- Η Φιλοξενία και ο Τουρισμός ως υπηρεσίες.
- Η Ιστορία και η Κουλτούρα ενός τουριστικού προορισμού.
- Το Μάρκετινγκ των Τουριστικών Προορισμών και μαζί τεχνικές ενίσχυσης της ταυτότητας (tourist branding). Οι τεχνικές τμηματοποίησης και η προσαρμογή των υπηρεσιών σε διαφορετικά κοινά και ανάγκες. Οι τεχνικές πλήρους αξιοποίησης της τουριστικής εμπειρίας και η διαχείριση των σχετικών δεδομένων. Οι τεχνικές ικανοποίησης και διατήρησης του Πελάτη. Οι τεχνικές ανάπτυξης και βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος, αλλά και η διαφοροποίησή του από τον ανταγωνισμό.

Ένα σημαντικό μέρος του μαθήματος εστιάζεται στον κύκλο των τεσσάρων φάσεων κλήσης και προσέλευσης των τουριστών (κρατήσεις, αφίξεις, διαμονή, αναχωρήσεις), στο νομικό πλαίσιο και τις συμβάσεις-συμβόλαια της τουριστικής επιχείρησης με τους Οργανωτές

Ταξιδιών, στην ανάλυση του οικονομικού προϋπολογισμού, στην αγορά υπηρεσιών από τρίτους και τέλος τα λογισμικά συστήματα διαχείρισης του ξενοδοχειακής μονάδας αλλά και την παρουσία της στο διαδίκτυο.

Επιμέρους θέματα που διδάσκονται είναι οι βασικές λειτουργίες της ξενοδοχειακής μονάδας και ειδικά αυτές που αφορούν:

- το Τμήμα Υποδοχής και το Τμήμα Διαχείρισης Ορόφων (Δωματίων).
- Τα θέματα ασφάλειας στη βιομηχανία φιλοξενίας καθώς και θέματα διαχείρισης κινδύνων και δράσης σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, η διαχείριση των μέσων μαζικής επικοινωνίας σε περιόδους κρίσεων, όπως και θέματα που σχετίζονται με την πρόληψη απώλειας υλικών και οικονομικών αγαθών.
- Τα θέματα Ολικής Ποιότητας των Υπηρεσιών αλλά και των καλών δράσεων και μέτρων που κάνουν τον επισκέπτη να νιώθει ήρεμος και ικανοποιημένος.

Τέλος, το μάθημα εστιάζεται στην κατανόηση της καταναλωτικής τουριστικής συμπεριφοράς σε ό,τι αφορά τόσο τη διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού και χώρου διαμονής όσο και την εμπειρία του επισκέπτη καθώς οι δύο αυτές πραγματικότητες ευνοούν την ανάπτυξη των τομέων της πληροφορικής και των επικοινωνιών σε συνάρτηση με την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό. Προς τούτο το μάθημα προετοιμάζει τον φοιτητή σε θέματα που σχετίζονται με το **ηλεκτρονικό τουριστικό** επιχειρείν και στη χρήση πληροφοριακών συστημάτων στη βιομηχανία της φιλοξενίας και του τουρισμού στην Ελλάδα.

D406 - Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation (Υ-ME)

Πρόκειται για το δεύτερο εκ των τριών μαθημάτων της συστάδας η οποία καλύπτει τον γνωστικό χώρο της παραγωγής στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας. Το μάθημα εστιάζει στην σταθερή εικόνα και στο animation. Ο σπουδαστής καλείται να εντρυφήσει στο αισθητήριο, τεχνολογικό υπόβαθρο, δυνατότητες αξιοποίησης και ισχύ μηνύματος της εικόνας μέσα από την ανάλυση των ανωτέρω σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο. Αντίστοιχα, εισέρχεται στον εντυπωσιακό κόσμο της σχεδιοκίνησης (animation) μελετώντας και αναπτύσσοντας εφαρμογές από video games, εκπαίδευση, digital art κ.ο.κ.

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

- Έχει κατανοήσει σε θεωρητικό επίπεδο το αντιληπτικό πλαίσιο της εικόνας και της σχεδιοκίνησης καθώς και τα αντίστοιχα ψηφιακά πρότυπα στα οποία στηρίζεται η μεταφορά των δύο αυτών μέσων στον ηλεκτρονικό κόσμο.
- Έχει γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της επεξεργασίας εικόνας και animation καθώς και των σχετικών διαδικασιών διαχείρισης των παραγόμενων δεδομένων.
- Εντρυφήσει στην διαδικασία παραγωγής εικόνας και animation, τόσο σε ατομικό όσο και σε ομαδικό επίπεδο και να αποτελέσει μέρος μιας διαδικασίας σύγχρονης παραγωγής με έντονα καλλιτεχνικά στοιχεία. Παράλληλα, να καρπωθεί την

εμπειρία και την δυναμική που αναπτύσσεται στην αντίστοιχη πολυσυλλεκτική ομάδα παραγωγής.

E501 - Διαδικτυακή Διαφήμιση και Συστήματα Ψηφιακής Σήμανσης (Υ-ΜΕΥ)

Στην ψηφιακή εποχή η διαφήμιση, διατηρώντας την θεωρητική της συγκρότηση, μπήκε στο χώρο των νέων μέσων και δη των κινητών και τροποποιώντας τις πρακτικές της ώστε να συνάδουν με τις λειτουργίες και τα όρια των νέων ψηφιακών μέσων συνέχισε ακάθεκτη το έργο της.

Έχοντας περάσει στην εποχή του διαδικτύου (του “μεγάλου χωριού” δηλαδή): τα διαφημιστικά πλαίσια (banner ads), τα animation, τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (newsletter και οδηγούς αγοράς), οι διαφημιστικές εφαρμογές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) και στα κινητά τηλέφωνα αποτελούν τις νέες εκείνες μορφές στις οποίες εμπλέκεται πλέον η διαφήμιση στη διαδικτυακή της μορφή.

Στόχος του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τη θεωρία και την πρακτική εφαρμογή των νέων μορφών της διαδικτυακής διαφήμισης. Προς τούτο κατά τη διάρκεια των διαλέξεων γίνεται εκτενής αναφοράς στον πληροφοριακό, ψυχαγωγικό, κοινωνικό και επικοινωνιακό ρόλο της διαδικτυακής διαφήμισης, αλλά και η σημασία της στην διάδοση της πληροφορίας και τη συντήρηση των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

Επιπλέον στο μάθημα παρουσιάζονται οι νέες τάσεις της διαφήμισης και δίνεται έμφαση: α. στην εμπειρία που βιώνει ο επισκέπτης από μία ιστοσελίδα επώνυμου προϊόντος (brand website), β. το μάρκετινγκ αναζήτησης (search marketing), γ. στις τεχνικές προώθησης της διαδικτυακής διαφήμισης καθώς και δ. θέματα σχετικά με την παγκόσμια διαδικτυακή προβολή.

Τονίζεται ότι η διαδικτυακή διαφήμιση διδάσκεται εδώ ως μάθημα συνέχεια του μαθήματος Διαφήμιση και συνεπώς αποτελεί μέρος μιας συνολικότερης διαφημιστικής προβολής ενός Ολοκληρωμένου Διαφημιστικού Προγράμματος άμεσα σχετιζόμενο με τη θεωρία της Ολοκληρωμένης Στρατηγικής Επικοινωνίας.

Τέλος, το μάθημα συνοδεύεται από μελέτες περίπτωσης και από εργασίες που εκπονούν οι φοιτητές για να είναι σε θέση να προσεγγίσουν κριτικά και να αξιοποιήσουν τα ηλεκτρονικά διαφημιστικά μέσα όπως:

- Online διαφήμιση (Google Adwords, Facebook)
- Email Marketing (newsletter campaigns)
- Search Engine Optimization και Search Engine Marketing
- Social Media (Facebook, Twitter)
- Banners (διαφήμιση σε ιστοσελίδες με μεγάλη επισκεψιμότητα)

Στο μάθημα θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο μεγάλο κομμάτι της διαφήμισης με χρήση του Διαδικτύου που είναι τα συστήματα Ψηφιακής Σήμανσης (Digital Signage Systems). Στις μέρες μας υπάρχουν γύρω μας, σχεδόν παντού, ηλεκτρονικές οθόνες με διαφημίσεις και πληροφορίες. Στα αεροδρόμια, στα καταστήματα, στους δρόμους κ.α. Η διαχείριση του περιεχομένου και ο τρόπος προβολής τους γίνεται συνήθως από απόσταση μέσω του Διαδικτύου. Η βιομηχανία του Digital Signage συνεχώς μεγαλώνει όσο γίνεται πιο απλή η δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου. Το κομμάτι αυτό του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή στο Digital Signage και το μερίδιο αγοράς που κατέχει σήμερα
- Παρουσίαση των 7 δομικών συστατικών του Digital Signage
- Που χρειάζεται Digital Signage και ποιες οι ανάγκες πελατών και χρηστών
- Πως συνδυάζεται με εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας
- Απαιτούμενο υλικό για Digital Signage και κοστολόγηση
- Απαιτούμενο λογισμικό Digital Signage Και κοστολόγηση
- Digital signage ROI/TCO/ROO

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εγκατάσταση και χρήση δωρεάν πλατφόρμας Digital Signage
- Υλοποίηση εφαρμογής Digital Signage
- Δημιουργία Banner Ads για Websites και για Adwords και Facebook Ads
- E-mail marketing με χρήση δωρεάν online πλατφόρμας
- SMS marketing με χρήση δωρεάν online πλατφόρμας

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

- Τα είδη της Διαδικτυακής διαφήμισης
- Να δημιουργούν ολοκληρωμένες καμπάνιες διαδικτυακής προβολής
- Την έννοια του Digital Signage
- Να υλοποιούν εφαρμογές Digital Signage
- Να υλοποιούν καμπάνιες e-mail marketing και sms marketing

E502 - Δημόσιες Σχέσεις στον Ψηφιακό Κόσμο (Υ-ΜΕ)

Σκοπός του Μαθήματος είναι η κατανόηση των πρακτικών των Δημοσίων Σχέσεων και η εφαρμογή τους στην σύγχρονη ψηφιακή εποχή.

Ξεκινώντας από την ανάπτυξη των λειτουργιών των Δημοσίων Σχέσεων και της Επικοινωνίας στις Επιχειρήσεις το μάθημα αυτό αποσκοπεί να προσαρμόσει το θεωρητικό πλαίσιο των δημοσίων σχέσεων στην νέα εποχή, όπως προκύπτει αυτή από τη διαρκώς ογκούμενη χρήση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου και τις δυνατότητες που προσφέρουν στη διεξαγωγή της επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων αυτών με τα κοινά τους.

Στο πρώτο μέρος του μαθήματος επιδιώκεται:

- Να γίνουν κατανοητές οι βασικές έννοιες που συνδέονται με την λειτουργία των Δημοσίων Σχέσεων στα πλαίσια της επιχείρησης καθώς και η συνάφεια με τις λειτουργίες του Μάρκετινγκ της Στρατηγικής και της Διαφήμισης.
- Να αποκτήσουν οι σπουδαστές την δυνατότητα να συντάσσουν σωστά δημόσια έγγραφα, εμπορικές επιστολές, προσωπικά έγγραφα (με πληρότητα, κανονική διάταξη στοιχείων, ανάπτυξη κειμένων, σύνταξη και ορθογραφία).

Στο δεύτερο μέρος διδάσκεται η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο Internet και μέσα από την παράθεση παραδειγμάτων από το ηλεκτρονικό επιχειρείν και όχι μόνο διδάσκονται θέματα όπως:

- Η Οικονομία της Πληροφορίας,
- Τα Εργαλεία της Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας,
- Ο προβληματισμός για τα υπέρ και κατά της επικοινωνίας μέσω Internet,
- αλλά και το νέο ήθος που κομίζει η ψηφιακή επικοινωνία στην επικοινωνία καθώς και κρίσιμα θέματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της δικτυακής επικοινωνίας και οι καλές πρακτικές που σχετίζονται με την αξιοποίηση του Internet από τις σημερινές επιχειρήσεις.

E503 - Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων (Υ-MEY)

Με το μάθημα αυτό ολοκληρώνεται η τριμελής συστάδα μαθημάτων επί της παραγωγής στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας. Το μάθημα καλύπτει το αντικείμενο της σχεδίασης και παραγωγής έντυπου και ψηφιακού υλικού προς χρήση στα αντίστοιχα Μ.Μ.Ε. και επιχειρήσεις του κλάδου, σχεδιασμό περιεχομένου κλπ. Ο σπουδαστής κατά τη διάρκεια του εξαμήνου έρχεται σε επαφή με state-of-the-art λογισμικό για desktop publishing επάνω σε εφαρμογές του πραγματικού κόσμου, ενώ έχει την ευκαιρία να συμβάλλει στην παραγωγή έντυπου υλικού στα πλαίσια των κεντρικών δράσεων του ΤΕΙ Ιονίων Νήσων.

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

- Έχει αναγνωρίσει το ειδικό βάρος του έντυπου λόγου και την αντίστοιχη κληρονομιά η οποία μεταφέρεται στην ψηφιακή εκδοχή της σχετικής παραγωγής.
- Έχει γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της επεξεργασίας εντύπου καθώς και των σχετικών διαδικασιών διαχείρισης των παραγόμενων δεδομένων, επάνω σε αξιοσημείωτο εύρος θεμάτων.
- Εντρυφήσει στην διαδικασία παραγωγής εντύπου υλικού και περιεχομένου τόσο σε ατομικό όσο και σε ομαδικό επίπεδο και να αποτελέσει μέρος μιας διαδικασίας σύγχρονης παραγωγής με έντονα καλλιτεχνικά στοιχεία.
- Αναλύει τις ανάγκες και να σχεδιάζει πάνω σε αυτές. Παράλληλα, να επικοινωνεί με τους εμπλεκόμενους φορείς εντός πολυθεματικού ανθρώπινου περιβάλλοντος.

E504 - Οικονομικά του Διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων (Υ-ΔΟΝΑ)

Η ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, κυρίως μέσω του διαδικτύου, έχουν αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων τα οποία δεν υφίσταντο στο παραδοσιακό εμπόριο. Στα πλαίσια του μαθήματος οικονομικά του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων οι φοιτητές θα διδαχθούν τις βασικές αρχές της οικονομικής θεωρίας εστιασμένες όμως στα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία βασίζονται στο διαδίκτυο. Με τον τρόπο αυτό οι φοιτητές αφενός θα έχουν τη δυνατότητα να διδαχθούν τις βασικές αρχές της οικονομικής θεωρίας και αφετέρου θα έχουν την δουν την πρακτική εφαρμογή των εν λόγω αρχών σε καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία χρησιμοποιούν κυρίως το διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί στην ανάλυση των αξιακών αλυσίδων και πως αυτές επηρεάζουν τους οικονομικούς δείκτες επιχειρήσεων που λειτουργούν μέσω του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων.

E505 - Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας (ΕΥ-ΜΕΥ)

Η Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας αποτελεί μια επιχειρησιακή διαδικασία που χρησιμοποιείται για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την εκτέλεση και την αξιολόγηση επικοινωνιακών προγραμμάτων (συνήθως για επώνυμα προϊόντα και υπηρεσίες) προς τους καταναλωτές ή/και άλλα εσωτερικά και εξωτερικά ακροατήρια.

Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στην έννοια της Ολοκληρωμένης Επικοινωνιακής Στρατηγικής και αναλύει τα πλεονεκτήματα της έναντι των παραδοσιακών επικοινωνιακών προσεγγίσεων.

Υπό αυτό το πρίσμα σκοπός του μαθήματος είναι η εξέταση του τρόπου με τον οποίων οι σημαντικοί χώροι εταιρικής επικοινωνίας σε συνδυασμό με τις νέες επικοινωνιακές τεχνολογίες και τα ψηφιακά μέσα συνεργάζονται για την επίτευξη των σκοπών και των στόχων του οργανισμού.

Προς τούτο το μάθημα προβαίνει σε μια εκτενή επισκόπηση των λειτουργιών εταιρικής επικοινωνίας: την επικοινωνία μάρκετινγκ, τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις και τις εφαρμογές όλων των ανωτέρω στην περιοχή της νέας και ψηφιακής τεχνολογίας.

Επικέντρωση στις επικοινωνιακές στρατηγικές και τακτικές που αποτελούν τα συστατικά στοιχεία του ολοκληρωμένου εταιρικού προγράμματος επικοινωνίας. Επισκόπηση ερευνητικών προσεγγίσεων όπως συνεντεύξεις, αξιολογήσεις, κυκλοφορίες, συνδρομές, δημοσκοπήσεις κ.λπ. που χρησιμοποιούνται στην εταιρική επικοινωνία. Υπευθυνότητες και καθήκοντα των επαγγελματιών εταιρικής επικοινωνίας. Μελέτη των οργανωσιακών λειτουργιών, των εσωτερικών και εξωτερικών σχέσεων, των νομικών θεσμών και των ηθικών διλημμάτων, διαχείριση κρίσεων και αλλαγών. Ενημερωτικές και πειστικές

εκστρατείες, ειδικές εκδηλώσεις, αγορά μέσων, πνευματικά δικαιώματα, συγγραφή δελτίων τύπου και διεξαγωγή συνεντεύξεων τύπου.

Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, παρουσιάζονται τα εργαλεία επικοινωνίας και οι τρόποι συνδυασμένης και αποτελεσματικότερης χρήσης τους και αναλύονται βήμα προς βήμα η διαδικασία δημιουργίας ενός σχεδίου ολοκληρωμένης επικοινωνίας, αλλά και οι μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας του.

Επισκόπηση των βασικών εργαλείων επικοινωνίας (π.χ. διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προσωπική πώληση, διαδραστικό μάρκετινγκ κλπ.), με ιδιαίτερη έμφαση στους ιδιαίτερους επικοινωνιακούς στόχους που κάθε εργαλείο εξυπηρετεί. Το μάθημα περιλαμβάνει επίσης την ανάλυση μελετών περίπτωσης

E506 - Ευρωπαϊκός Πολιτισμός και Επτανησιακή Κουλτούρα (Υ-ΜΕ)

Η γνωστική εποπτεία του Ευρωπαϊκού Πολιτισμού αποτελεί θεμέλιο για την απαραίτητη θεώρηση του παρόντος παγκόσμιου γίνεσθαι. Μέσα από την επισκόπηση των κύριων στιγμών αυτού του οικοδομήματος με την περίοπτη θέση στα διεθνή πράγματα οι φοιτητές θα μπορέσουν να παγιώσουν μία σύγχρονη οπτική για το κοινό παρελθόν, παρόν και μέλλον σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Επιπρόσθετα η μελέτη της Επτανησιακής Κουλτούρας που τόσο είναι επηρεασμένη από τον παλμό ανάπτυξης του Ευρωπαϊκού Πολιτισμού κατά το παρελθόν ολοκληρώνει μία προσέγγιση που επιλέγει να συνδέει το παγκόσμιο με το ευρωπαϊκό, το ελληνικό και το επτανησιακό πολιτισμικό πανόραμα.

E507 - Επίλυση Διενέξεων και Διαχείριση Κρίσεων στον Ψηφιακό Κόσμο (ΕΥ-ΜΕ)

Οι διαπραγματεύσεις είναι αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής, της προσωπικής και επαγγελματικής ζωής του ανθρώπου. Στο σημερινή ψηφιακή εποχή τα στελέχη των επιχειρήσεων είναι αναγκαίο να γνωρίζουν τις διαδικασίες μιας πετυχημένης διαπραγμάτευσης ώστε να είναι σε θέση να αντιμετωπίζουν με επιτυχία τις εργασιακές καταστάσεις με πρόσωπα ή ομάδες καθώς και με προμηθευτές ή πελάτες.

Σκοπός του μαθήματος αυτού είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να αναγνωρίζουν τις συνθήκες διαπραγμάτευσης, να καταλαβαίνουν τι απαιτείται να ξέρουν πριν μουν στη αρένα της διαπραγμάτευσης με τρίτους, αλλά και να αναλύουν, να σχεδιάζουν και να διεκπεραιώνουν επιτυχημένες διαπραγματεύσεις διευκολύνοντας έτσι τη θέση και τη λειτουργία της επιχείρησής (ή φορέα) στο χώρο ή στις περιοχές δράσης της.

Το μάθημα αυτό διερευνά τη θεωρία, τις διαδικασίες και την πρακτική πλευρά των διαπραγματεύσεων δίνοντας έμφαση σε θέματα όπως οι μορφές διαπραγμάτευσης με πρόσωπα και ομάδες, σε θέματα στρατηγικής των διαπραγματεύσεων, στις πηγές ισχύος

των διαπραγματεύσεων, σε θέματα διαχείρισης των συγκρούσεων στις διαπραγματεύσεις αλλά και σε θέματα εξουσίας και ηθικής.

Εκτενής και παραδειγματική αναφορά γίνεται επίσης στα συνήθη σφάλματα διαπραγματευτών, στη διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων, στη διαπραγμάτευση σε διεθνές περιβάλλον με ειδική έμφαση στην επιρροή των διαπολιτισμικών διαφορών πάνω στις επιχειρηματικές και κυβερνητικές πολιτικές.

Για την καλύτερη κατανόηση του μαθήματος το μάθημα αναλύει μελέτες περιπτώσεων και ο διδάσκων προβαίνει σε προσομοιώσεις διαπραγματεύσεων με υποδήσεις ρόλων, πολλά παιχνίδια και ασκήσεις.

Τέλος, στο μάθημα εξετάζονται θέματα όπως: η απόκλιση συμφερόντων και η κοινωνική σύγκρουση, η φύση της διαπραγμάτευσης, οι επιλογές και τα αποτελέσματα της διαπραγμάτευσης, τα παιχνίδια μεικτών κινήτρων, οι στρατηγικές διαπραγμάτευσης, το μοντέλο διπλού ενδιαφέροντος (dual-concern model), η επιλογή στρατηγικής, η προετοιμασία και ο σχεδιασμός της διαπραγμάτευσης, οι τακτικές επιμεριστικής διαπραγμάτευσης, οι γνωστικές διαδικασίες, ο ρόλος της επικοινωνίας στη διαπραγμάτευση, οι σχέσεις ανάμεσα στα διαπραγματευόμενα μέρη, η διαπραγμάτευση μέσω αντιπροσώπων, η πολυμερής διαπραγμάτευση και οι συμμαχίες, η διομαδική διαπραγμάτευση, η μεσολάβηση, το μοντέλο-πιθανότητας ενδιαφέροντος κ.ά.

F601 - Διοίκηση Ψηφιακών Μέσων (Y-MEY)

Η διοίκηση Ψηφιακών Μέσων αποτελεί μια αναγκαιότητα στις μέρες μας. Η μουσική, η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, τα παιχνίδια και άλλοι τομείς της σύγχρονης ψηφιακής εποχής έχουν άμεση ανάγκη από διοίκηση στον χώρο των ψηφιακών μέσων. Το μάθημα εστιάζει σε 4 τομείς: διοίκηση μουσικών παραγωγών, διοίκηση καινοτόμων ψηφιακών παραγωγών και διοίκηση παραγωγών ψυχαγωγίας και κινηματογράφου.

Η διοίκηση έργων αποτελεί διαχρονικά ίσως την κρίσιμότερη διεργασία ενός έργου. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των έργων τα οποία σχετίζονται με τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και τα ψηφιακά μέσα κάνουν τη διοίκηση των εν λόγω έργων ακόμη πιο σύνθετη και κρίσιμη διεργασία. Οι ταχείς ρυθμοί ανάπτυξης του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων απαιτούν ιδιαίτερες ικανότητες στην διοίκηση έργων που σχετίζονται με τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Είναι σύνηθες φαινόμενο, σε έργα που σχετίζονται με τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, τα δεδομένα που ίσχυαν κατά την περίοδο του σχεδιασμού ή και της εκκίνησης ενός έργου να μεταβάλλονται σε τέτοιο ρυθμό που να απαιτούν σημαντικές αποφάσεις σχετικές με τροποποιήσεις στις μεθοδολογίες υλοποίησης των εν λόγω έργων. Τα στελέχη που είναι επιφορτισμένα με αρμοδιότητες διοίκησης έργων στις ψηφιακές τεχνολογίες θα πρέπει, μεταξύ άλλων, να αντιλαμβάνονται εγκαίρως τις αλλαγές που σχετίζονται με την υλοποίηση των εν λόγω έργων, κυρίως όσον αφορά τις τεχνολογικές αλλαγές αλλά και τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, προκειμένου να λαμβάνουν εγκαίρως τις κατάλληλες αποφάσεις. Στα πλαίσια του εν λόγω μαθήματος οι φοιτητές θα έχουν την ευκαιρία να διδαχθούν τις βασικές αρχές της διοίκησης έργων

ψηφιακών επικοινωνιών, ιδίως όσον αφορά τον σχεδιασμό του έργου, την ιεράρχηση των εσωτερικών διεργασιών και τον προσδιορισμό των κρίσιμων διεργασιών οι οποίες επηρεάζουν το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των έργων (critical path) και την διαχείριση του επιχειρηματικού ρίσκου.

Το μάθημα περιέχει τις παρακάτω ενότητες:

- Σχεδιασμός αναλυτικού επιχειρηματικού μοντέλου ψηφιακών επιχειρήσεων
- Σχεδιασμός πλάνου διοίκησης
- Αποφάσεις και υλοποίηση έργων μετά από ανάλυση δεδομένων
- Δημιουργία Portfolio ψηφιακών μέσων
- Δημιουργία ομιλιών και παρουσιάσεων για προώθηση στόχων
- Δημιουργία ηγετικού προφίλ και σωστή διαχείριση πόρων και προσωπικού
- Διαχείριση ψηφιακών έργων

Μετά την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Σχεδιάσουν αναλυτικό επιχειρηματικά μοντέλα ψηφιακών επιχειρήσεων
- Σχεδιάσουν πλάνα διοίκησης
- Αναλύσουν δεδομένα
- Δημιουργήσουν Portfolio ψηφιακών μέσων
- Προωθήσουν τους στόχους ενός έργου με ομιλίες και παρουσιάσεις
- Διαχειριστούν πόρους και προσωπικό μιας ψηφιακής επιχείρησης
- Εφαρμόσουν αρχές Διαχείρισης έργων σε ψηφιακές επιχειρήσεις

F602 - Στατιστική Θεωρία και Ανάλυση (Υ-MEY)

Το μάθημα ασχολείται με την περιγραφική στατιστική, στην παρουσίαση δηλαδή και τη συνοπτική περιγραφή δεδομένων.

Στο πλαίσιο των διαλέξεων του μαθήματος γίνεται αναφορά στις εισαγωγικές έννοιες της θεωρίας πιθανοτήτων, στις τυχαίες μεταβλητές, τις κατανομές πιθανότητας, τις μονοδιάστατες διακριτές κατανομές, τις μονοδιάστατες συνεχείς κατανομές και τη δειγματοληψία.

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των βασικών στατιστικών εννοιών και μεθόδων της περιγραφικής στατιστικής και επιδιώκεται η ανάπτυξη στατιστικού τρόπου σκέψης και ανάλυσης ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων.

Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- One Sample T-Test
- Chi Square (ή έλεγχος χ^2)
- Τα-Τεστ δύο ανεξάρτητων δειγμάτων
- Paired T-Test
- Τον έλεγχο Κανονικότητας

- Τον έλεγχο KRUSKAL-WALLIS
- One Way ANOVA
- Και τον έλεγχο γραμμικής συσχέτισης μεταξύ μεταβλητών

Σημειώνεται ότι βασικό μέρος του μαθήματος αποτελεί η διδασκαλία του στατιστικού λογισμικού SPSS.

F603 - Ολοκληρωμένη Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων (Y-ME)

Το μάθημα περιλαμβάνει αναφορές στις θεωρίες αλλά και τις πρακτικές των Δημοσίων Σχέσεων και της Στρατηγικής Επικοινωνίας όπως διαμορφώνεται αυτές από συμβατικά και ψηφιακά μέσα, συμβάλλοντας στο κτίσιμο της θετικής εταιρικής και προϊόντικής ταυτότητας και εικόνας.

Επιμερίζοντας το εξωτερικό της περιβάλλον μια επιχείρηση ή οργανισμός οφείλει να μεριμνά για τις σχέσεις της με το επιχειρηματικό, οικονομικό, κοινωνικό, ρυθμιστικό, πολιτικό και επικοινωνιακό περιβάλλον στο οποίο και δραστηριοποιείται και να αντιμετωπίζει το καθένα χωριστά αλλά και σε συνάρτηση μεταξύ, επιδιώκοντας έτσι την καλλιέργεια ενός θετικού προφίλ εταιρικής εικόνας σε ένα πλαίσιο κοινωνικής ευθύνης.

Στο μάθημα αναλύεται ο συμβουλευτικός και επιτελικός ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων, σε διαφορετικούς τομείς διάδρασης της επιχείρησης ή οργανισμού και της επαφής τους με διαφορετικά κοινά [τοπικοί φορείς, πολίτες, δημόσιο, εσωτερικά κοινά (εργαζόμενοι διαφόρων βαθμίδων), η Διοίκηση, οι συνεργαζόμενοι προμηθευτές και αντιπρόσωποι, τα μέσα μαζικής επικοινωνίας κ.ά.].

Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας στο πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων σημαίνει κάθετη και οριζόντια ανάπτυξη και αντιμετώπιση της Επικοινωνίας ως “Φιλοσοφίας της Διοίκησης”, σημαίνει το σχεδιασμό των πρακτικών εκείνων που συμβάλλουν στην καλλιέργεια της καλής φήμης αλλά και της υπεύθυνης στάσης επιχείρησης ή οργανισμού απέναντι στο κοινωνικό σύνολο.

Το μάθημα εστιάζεται στις δυνατότητες και τη δυναμική, αλλά και στα όρια της Κοινωνικής Επικοινωνίας και των Δημοσίων Σχέσεων. Προς τούτο παρουσιάζονται τα οφέλη των φορέων οι οποίοι ασκούν ορθή διαχείριση της Επικοινωνίας και των Δημοσίων Σχέσεων. Στο ίδιο πλαίσιο γίνεται αναφορά στους κίνδυνοι που ενέχονται από την παραμέληση των ορθών πρακτικών και των επικοινωνιακών ενεργειών που διαμορφώνουν την εικόνα της επιχείρησης-οργανισμού και συμβάλουν στην αναγνωρισιμότητά της.

Επιπλέον, το μάθημα επικεντρώνεται στη σύναψη και τη διατομή (interface) ανάμεσα στη Διοίκηση, την Πληροφοριακή Επικράτεια και Τεχνολογία και στην Επικοινωνία. Γίνεται μια ανασκόπηση και κριτική αξιολόγηση των σύγχρονων εξελίξεων στο πλαίσιο των επικοινωνιακών λειτουργιών και εφαρμογών στην Κοινωνία / Οικονομία της Πληροφορίας.

Το πρακτικό δηλαδή εφαρμοσμένο μέρος του μαθήματος βασίζεται σε Διαδραστικές Ασκήσεις Προσομοίωσης (a workshop-based 'role play'), στις οποίες οι φοιτητές, υπό την καθοδήγηση των διδασκόντων, αναλαμβάνουν να καταρτίσουν και να παρουσιάσουν

ολοκληρωμένο πρόγραμμα Στρατηγικής Επικοινωνίας ή επίκαιρο Πρόγραμμα Επικοινωνιακής Πολιτικής για ένα συγκεκριμένο φορέα/επιχείρηση της δικής τους επιλογής.

F604 - Ψηφιακά Μέσα & Ψυχαγωγία (Υ-MΕΥ)

Τα ψηφιακά μέσα δεν έχουν επιφέρει μόνο θεμελιώδης αλλαγές στην καθημερινότητα μας αλλά αλλάζουν τα ήθη και τις πρακτικές μας, τις διαδικασίες παραγωγής, κυκλοφορίας και κατανάλωσης των πολιτισμικών αγαθών. Είναι φανερό ότι ο κόσμος της Ψυχαγωγίας έχει υποστεί μεγάλες αλλαγές από την είσοδο και καθιέρωση των ψηφιακών μέσων. Η μουσική, ο κινηματογράφος, η τηλεόραση και τα παιχνίδια έχουν αλλάξει ριζικά τα τελευταία χρόνια. Νέες μορφές ψυχαγωγίας κάνουν την εμφάνισή τους με την καθιέρωση των κινητών συσκευών. Το μάθημα παρουσιάζει τον τρόπο που τα ψηφιακά μέσα έχουν αλλάξει την ψυχαγωγία και πως η ψηφιακή κουλτούρα έχει μπει για καλά στην καθημερινότητα μας. Παρουσιάζονται μελέτες περίπτωσης από τον κινηματογράφο και την τηλεόραση, την μουσική Βιομηχανία και την βιομηχανία των παιχνιδιών. Γίνεται σαφής αναφορά στην έννοια της διάδρασης και πως αυτή αλλάζει την έννοια της ψυχαγωγίας. Τέλος παρουσιάζονται οι τεράστιες αλλαγές που έχουν επέλθει στον κινηματογράφο και την τηλεόραση με την ραγδαία ανάπτυξη των Digital Effects.

F605 - Τεχνολογίες και Εφαρμογές Κινητών Συσκευών (Υ-MΕ)

Οι κινητές συσκευές (τηλέφωνα και tablets) και ειδικά οι έξυπνες συσκευές smartphones έχουν μπει για τα καλά στη ζωή μας. Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των αρχών λειτουργίας αυτών των συσκευών αλλά και οι γνώση των τεχνολογιών που δημιουργούν τις εφαρμογές τους.

Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή στις ασύρματες και κινητές επικοινωνίες
- Η αγορά των κινητών συσκευών
- Πλατφόρμες ανάπτυξης και λειτουργικά συστήματα (iOS και Android)
- Εισαγωγή στις εφαρμογές κινητών συσκευών
- Ανάπτυξη εφαρμογών Android
- Ανάπτυξη εφαρμογών για iPhone/iPad
- Μελέτες περιπτώσεων επιτυχημένων εφαρμογών
- Διαφήμιση σε κινητές συσκευές
- Location-based services. Παραδείγματα και τεχνικές
- Ασφάλεια κινητών συσκευών

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Πλατφόρμες ανάπτυξης ολοκληρωμένων εφαρμογών για όλα τα λειτουργικά συστήματα
- Ανάπτυξη εφαρμογών iOS

- Ανάπτυξη εφαρμογών Android

Μετά την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Γνωρίζουν την ιστορία και την παρούσα κατάσταση των κινητών και έξυπνων συσκευών
- Γνωρίζουν τα βασικά λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών
- Γνωρίζουν τις βασικές πλατφόρμες ανάπτυξης εφαρμογών
- Γνωρίζουν τα βασικά στοιχεία για την διαφήμιση και τα Location Based Services σε κινητές συσκευές
- Γνωρίζουν τα θέματα ασφάλειας σε κινητές συσκευές
- Μπορούν να αναπτύξουν απλές εφαρμογές για κινητές συσκευές

F606 - Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΕΥ-ΜΕ)

Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα.

Ως αντικείμενο έρευνας και μελέτης το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες.

Έχει αποδειχτεί ότι η διεξαγωγή του εμπορίου κατ' αυτόν τον τρόπο παρακινεί τις επιχειρήσεις σε καινοτομίες που σχετίζονται:

- με την ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων,
- τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain management),
- το διαδικτυακό μάρκετινγκ (Internet marketing)
- τη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (online transaction processing),
- την ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (electronic data interchange - EDI),
- την καταγραφή συστημάτων διοίκησης (inventory management) και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

Το μάθημα αυτό συνδέει τις βασικές πτυχές του Μάρκετινγκ με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Πιο συγκεκριμένα εξετάζει:

- την εφαρμογή των Βασικών Αρχών του Μάρκετινγκ στις περιοχές της διαδικτυακής και ψηφιακής αγοράς.
- την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (e-Commerce) και τον τρόπο με τον οποίο εισέρχεται αυτό δυναμικά στο χώρο επιρροής του Μάρκετινγκ.
- τη δημιουργία και ανάπτυξη μιας θεωρητικής βάσης-μοντέλο αλλά και εργαλεία-πίνακες που διευκολύνουν τη λήψη αποφάσεων και βοηθούν τους ασχολούμενους με το μάρκετινγκ και το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και τους ίδιους τους επιχειρηματίες στο να πάρουν τις σωστές αποφάσεις τόσο στις απτές όσο και στις άυλες επιχειρήσεις.
- τις εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και τις επιπτώσεις τους στις σύγχρονες επιχειρήσεις, με ιδιαίτερη εφαρμογή στις Τουριστικές Επιχειρήσεις.

F607 - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Οικολογία (ΕΥ-ΜΕ)

Στο συγκεκριμένο μάθημα δύο περιοχές με αφετηρία εκκίνησης πολύ διαφορετική συναντιούνται σε ένα κοινό και ιδιαίτερα σύγχρονο πεδίο.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) τομέας της Εταιρικής Διακυβέρνησης και δέσμευση ολόενα και περισσότερων επιχειρήσεων για συμμόρφωση σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ηθικό πλαίσιο αρχών και κανόνων που οδηγεί σε δράσεις με πρώτιστο στόχο τη βιωσιμότητα επιχείρησης και κοινωνικού και οικολογικού περιβάλλοντος.

Εδώ η οικολογία ως τρόπος θέασης του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος συναντά την ΕΚΕ ξεκινώντας έναν δημιουργικό διάλογο γνώσης και δράσης που καλούνται οι φοιτητές να παρακολουθήσουν.

G701 - Νέα μοντέλα Επιχειρηματικότητας στον Ψηφιακό Κόσμο (Υ-ΜΕ)

Το μάθημα αυτό αποτελεί εφαρμογή των αρχών Διοίκησης Επιχειρήσεων στο χώρο του ψηφιακού επιχειρείν και της νέας επιχειρηματικότητας. Κατά συνέπεια εστιάζεται στο σχεδιασμό του **Επιχειρησιακού Πλάνου** που αφορά την κατασκευή, την οργάνωση και τη λειτουργία **μιας ψηφιακής επιχείρησης**.

Αποσκοπώντας στην κατανόηση της ψηφιακής πραγματικότητας, το μάθημα εξειδικεύει τις αρχές της διοίκησης στις τεχνολογίες πληροφορικής και των ψηφιακών επικοινωνιών. Πιο συγκεκριμένα εστιάζεται στα Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (MIS) και στις επιμέρους κατηγορίες τους καθώς και στα συστήματα διοίκησης επιχειρηματικών διαδικασιών όπως η μοντελοποίηση, ο ανασχεδιασμός, η ροή εργασιών (workflow) και η βελτιστοποίηση.

Επιπλέον το μάθημα εξειδικεύεται στα **Συστήματα Διοίκησης Επιχειρησιακών Πόρων** (ERP), δηλαδή, στα χαρακτηριστικά, την αρχιτεκτονική, τις λειτουργικές διαδικασίες και τα προβλήματα των **ΣΔΕΠ** στις ψηφιακές επιχειρήσεις, δίνοντας έμφαση στα συστήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν, δηλαδή σε θέματα όπως η στρατηγική οικονομική ανάλυση πληροφορίας, τα επιχειρηματικά μοντέλα στο Internet, τις κατηγορίες του ηλεκτρονικού εμπορίου, το κινητό ηλεκτρονικό εμπόριο, τα συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών και όλα αυτά μέσα από πληθώρα μελετών περιπτώσεων.

Ξεκινώντας από την Οργάνωση και Διοίκηση των Επικοινωνιακών Οργανισμών το μάθημα εξετάζει το θεωρητικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία της βιομηχανίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ) και μελετά τα θεμελιώδη ζητήματα και τις προκλήσεις που σχετίζονται με την οργάνωση και τη διοίκηση των οργανισμών ΜΜΕ. Ξεκινώντας από τις παραδοσιακές τεχνικές στρατηγικής διοίκησης, διοίκησης λειτουργιών και ανθρώπινου δυναμικού το μάθημα επικεντρώνεται στην προσαρμογή τους στο πολύπλοκο τοπίο των Ψηφιακών Επιχειρήσεων.

Στο ίδιο πλαίσιο το μάθημα αναφέρεται στις θεμελιώδεις αρχές και έννοιες που σχετίζονται με τα οικονομικά διαχείριση των μέσων μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ), τις οποίες και προσαρμόζει στα ψηφιακά ΜΜΕ και τις συνέργειες τους στο πλαίσιο του ψηφιακού τοπίου.

Το μάθημα ολοκληρώνεται με την εξέταση του οικονομικού αντίκτυπου των νέων τεχνολογιών στη λειτουργία των ΜΜΕ και αναλύει τις μεταβαλλόμενες οικονομικές δυνάμεις που καθορίζουν τις στρατηγικές επιλογές για τα διοικητικά στελέχη.

G702 - Έρευνα, Συγγραφή και Παρουσίαση Επιστημονικής Μελέτης (Υ-ΜΕ)

Στόχος του μαθήματος είναι να μάθουν οι φοιτητές να προβαίνουν σε υποθέσεις, να σχεδιάζουν τη μέθοδο προσέγγισής τους και να εκπονούν έρευνες που σχετίζονται:

1. Με την εκπόνηση της πτυχιακής του εργασίας,
2. Με τη διενέργεια ερευνητικών μελετών που θα οδηγήσουν σε δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια,
3. Με την υποβολή προτάσεων για χρηματοδότηση ερευνητικών προγραμμάτων.

Για την επίτευξη αυτών οι φοιτητές εξοικειώνονται με την ανάγνωση και ανάλυση επιστημονικών άρθρων, με τις τεχνικές προετοιμασίας και τις προδιαγραφές σχεδιασμού, εκπόνησης, συγγραφής και παρουσίασης επιστημονικών εργασιών. Στο πλαίσιο αυτού του στόχου παρουσιάζονται και αναλύονται:

- οι βασικές μέθοδοι έρευνας στα πεδία των Κοινωνικών Επιστημών, των σπουδών Επικοινωνίας και Πληροφορικής και οι μέθοδοι βιβλιογραφικής επισκόπησης τους,
- διάφορες επιστημονικές εργασίες με σκοπό έχουν την κατανόηση των ερευνητικών ερωτημάτων και των υποθέσεων εκείνων που τις έκαναν,
- η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποίησαν,
- οι μέθοδοι σχεδιασμού επιστημονικής έρευνας,
- αλλά και οι βασικές τεχνικές συγγραφής επιστημονικών διατριβών και άρθρων.

Ένα σημαντικό μέρος του μαθήματος αφιερώνεται στην εύρεση του θέματος και το σχεδιασμό της δομής (των κεφαλαίων) μιας Πτυχιακή Εργασίας. Αυτή η διαδικασία γίνεται για όλους και έναν-έναν ξεχωριστά φοιτητή. Κατόπιν χωρίζεται η πτυχιακή στο θεωρητικό και το εμπειρικό της μέρος ώστε να γίνει κατανοητές στο φοιτητή, αφενός, οι θεωρίες με τις οποίες προσεγγίστηκε ως τώρα το θέμα που μελετά η εργασία (άρθρο ή πτυχιακή) και, αφετέρου, το υλικό πάνω στο οποίο στηρίζεται η μελέτη.

Επόμενο βήμα είναι η επιλογή της κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου με την οποία προσεγγίζει το υπό διερεύνηση θέμα και ο τρόπος με τον οποίο ο ερευνητής καταλήγει σε συμπεράσματα για το διαθέσιμο υλικό του.

Εδώ διευκρινίζεται η διαφορά μιας μονογραφίας και του εστιασμένου ποσοτικά και χρονικά εμπειρικού υλικού.

Τέλος το μάθημα εκτείνεται και σε θέματα που σχετίζονται με την πρακτική εξάσκηση στη διερεύνηση πληροφοριών στο διαδίκτυο και την εξέταση των μεθοδολογικών ζητημάτων που εγείρονται όταν κάποιος προσπαθήσει να κατανοήσει τις κοινωνικές διεργασίες στο διαδικτυακό χώρο.

G703 - Πειθώ και Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή (Υ-ΜΕ)

Ο σύγχρονος manager προκειμένου να είναι επιτυχημένος στο σύγχρονο και συνεχώς μεταβαλλόμενο οργανωσιακό περιβάλλον απαιτείται να έχει ικανότητες πολύ ευρύτερες από εκείνες που ορίζονται από τη γνώση του αντικειμένου και τις τεχνικές του γνώσεις και δεξιότητες. Ο επιτυχημένος manager εκτός από γνώσεις έχει πειθώ, έχει εποπτεία του όλου και την ικανότητα να χειρίζεται σύνθετα θέματα εντός και εκτός επιχείρησης.

Το μάθημα ξεκινά με την παρουσίαση των βασικών θεωριών ηγεσίας και απευθύνει το λόγο στους ίδιους τους συμμετέχοντες προτείνοντάς τους τρόπους να καλλιεργήσουν και να ενδυναμώσουν τις δικές τους. Ξεκινώντας λοιπόν τις διαλέξεις με μια μικρή αναφορά στις αρετές της φρόνησης, της σωφροσύνης, της δικαιοσύνης και της ανδρείας όπως τις περιγράφει ο Πλάτωνας, εξετάζουμε το θέμα ηγεσία σε συνάρτηση με την «Ανάπτυξη Προσωπικών Ικανοτήτων» αποσκοπώντας στην παρακίνηση των συμμετεχόντων να καταγράψουν, να αναλύσουν και να συζητήσουν τις προσωπικές τους ικανότητες και στη συνέχεια να τις «βελτιώσουν» μέσα από μία σειρά διαδικασιών με πολύ έντονο το στοιχείο της αλληλεπίδρασης.

Σε αυτή την κατεύθυνση αναλύονται θέματα όπως:

- Το χάρισμα και Η Γνώση – βλέπε «Πολιτικός» του Πλάτωνα.
- Η πειθώ του λόγου και ο διάλογος ως στοιχεία της Ηγεσίας.
- Ο ηγέτης και το νομικό πλαίσιο – βλέπε «Πολιτεία» του Πλάτωνα.

Πλην αυτών το μάθημα αναφέρεται στις **βασικές αρχές διοίκησης προσωπικού** και σε θέματα όπως **ομάδα και ηγεσία, διαχείριση χρόνου, διαχείριση άγχους και θυμού** καθώς και θέματα **διαφοράς και επίλυσης συγκρούσεων** στο εργασιακό περιβάλλον.

Σημαντική αναφορά γίνεται σε θέματα **καθοδήγησης, παρακίνησης** και βελτίωση του εργασιακού κλίματος με στόχο τη μεγέθυνση της παραγωγικότητας της ομάδας και της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης (ή οργανισμού). Προς τούτο η διδασκαλία γίνεται με **τεχνικές συμμετοχής και προσομοίωσης**, καθώς και με αναφορές σε πολλές **μελέτες περιπτώσεων**.

G704- Ψηφιακά Μέσα και Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης στον Τουρισμό (ΕΥ-ΜΕ)

Ο διαχείριση του προορισμών, του τουριστικού προϊόντος και η προώθηση τουριστικών πωλήσεων έχει υποστεί τεράστιες αλλαγές με την είσοδο των ψηφιακών και ειδικά των κοινωνικών μέσων δικτύωσης. Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει στους φοιτητές

τις μεγάλες δυνατότητες που παρέχουν τα ψηφιακά μέσα αλλά κυρίως τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης για την προώθηση και την πώληση του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής.

Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Ψηφιακά μέσα στον Τουρισμό. Η σημασία και η δομή της ψηφιακής τουριστικής πληροφορίας
- Social media και Τουρισμός
- Μελέτες περιπτώσεων προορισμών που χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης επιτυχώς
- Ψηφιακές στρατηγικές τουριστικών πωλήσεων
- Πλατφόρμες τουριστικών κρατήσεων (Booking.com)
- Πλατφόρμες σχολίων και κριτικών στον τουρισμό (TripAdvisor.com)
- Η σημασία του blogging στον Τουρισμό
- Website ξενοδοχείων και καταλυμάτων
- Η σημασία του Engagement στα Social Media
- Παρουσίαση και επιλογή των σωστών social media για τον Τουρισμό
- Τουριστική Διαφήμιση στο Διαδίκτυο και τα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης
- Η σημασία της γνώσης του πελάτη και των συνηθειών του
- Καινοτομία στον Τουρισμό
- Social Media και Tour Operators
- Προώθηση Τουριστικών προορισμών (Destination Management)

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Πλατφόρμες τουριστικών κρατήσεων
- Πλατφόρμες σχολίων και κριτικών στον τουρισμό
- Δημιουργία τουριστικού blog
- Φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση για προώθηση τουριστικού προϊόντος
- Google Trends στον Τουρισμό

Μετά την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα για προώθηση τουριστικού προϊόντος
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν τα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης για προώθηση τουριστικού προϊόντος
- Γνωρίζουν πως να δημιουργούν ένα τουριστικό blog
- Γνωρίζουν πως λειτουργούν οι πλατφόρμες κρατήσεων και σχολίων
- Γνωρίζουν πως πρέπει να είναι διαμορφωμένο το ψηφιακό υλικό προβολής για προώθηση τουριστικού προϊόντος
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν το Google Trends για ανάλυση τουριστικού προορισμού

G705 - Κοστολόγηση Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών (ΕΥ-ΜΕ)

Οι φοιτητές στα πλαίσια του εν λόγω μαθήματος θα έχουν τη δυνατότητα να διδαχθούν βασικές αρχές κοστολόγησης υπηρεσιών και αγαθών. Ειδικότερα οι φοιτητές έχοντας διδαχθεί τις βασικές αρχές της οικονομικής θεωρίας στο μάθημα «Οικονομικά του Διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων» στο μάθημα της «Κοστολόγησης Ψηφιακών Προϊόντων και Υπηρεσιών» θα επικεντρωθούν στην κοστολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών. Ειδικότερα στο εισαγωγικό μέρος του μαθήματος οι φοιτητές θα διδαχθούν τις βασικές αρχές της κοστολόγησης προϊόντων και υπηρεσιών και πώς οι εν λόγω αρχές συνδέονται με τα αντίστοιχα επιχειρηματικά μοντέλα. Το βασικό μέρος του μαθήματος θα αφορά την κοστολόγηση υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών καθώς και αγαθών τα οποία παρέχονται μέσω του διαδικτύου και των Ψηφιακών Μέσων. Η κοστολόγηση των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών αποτελεί ίσως τον κρίσιμότερο παράγοντα για ένα επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο βασίζεται στο διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα, η οποία και κρίνει κατά πολύ την βιωσιμότητα ή όχι του εν λόγω επιχειρηματικού μοντέλου.

G706 - Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία (ΕΥ-ΜΕ)

Τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει ένας αγώνας δρόμου ψηφιοποίησης μεγάλου όγκου των τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού δημιουργώντας έναν παράλληλο κόσμο, τον ψηφιακό πολιτισμό. Στο μάθημα θα μελετηθεί αυτή η συμβίωση ενώ θα παρουσιαστεί το θεωρητικό πλαίσιο που ο εμβληματικός τόπος του δυτικού πολιτισμού, το μουσείο, αντλεί τρόπους και εφαρμογές από την πληροφορικής τεχνολογία και σύγχρονες συσκευές.

Στο εργαστηριακό μέρος του μαθήματος ο σπουδαστής εξοικειώνεται με τις τεχνολογίες οι οποίες εμπίπτουν στο κομμάτι της σύγχρονης διαχείρισης πολιτισμικών δεδομένων. Παράλληλα, έρχεται σε επαφή με διαδραστικά συστήματα πλοήγησης, περιβάλλοντα εμπύθισης, συστήματα ενισχυμένης πραγματικότητας, ψηφιακής ξενάγησης κ.ο.κ.

G707 - Επίλυση Προβλημάτων και Καινοτομία (ΕΥ-ΜΕ)

Το εν λόγω μάθημα έρχεται να προσφέρει μια πτυχή καινοτομική τόσο σε επίπεδο προγράμματος σπουδών όσο και σε ο,τι αφορά την επιχειρησιακή πρακτική, αφού φιλοδοξεί στο να διδάξει τον σύγχρονο τρόπο επιχειρηματικής σκέψης με έμφαση σε προβλήματα εφαρμογής κοινωνικών και περιβαλλοντικών πολιτικών. Κατά την διάρκεια του εξαμήνου οι θεωρητικές βάσεις της επίλυσης προβλήματος, σε επίπεδο γνωστικής διεργασίας, ομαδικής συνεργατικής αλλά και μαζικής διαδικασίας (επίπεδο οργανισμού) έρχονται να προσαρμοσθούν σε επίπεδο knowledge-intensive επιχειρηματικών προτύπων. Παράλληλα, εισάγονται οι σύγχρονες έννοιες του co-creation, ο ρόλος των social media και μια σειρά από ανοιχτά ζητήματα της σύγχρονης ελληνικής πραγματικότητας τα οποία χρήζουν επίλυσης.

Εξεταστική Διαδικασία

Εξεταστικές περίοδοι εξαμήνου

Μετά τη λήξη των μαθημάτων κάθε διδακτικού εξαμήνου ακολουθεί εξεταστική περίοδος δύο (2) εβδομάδων, κατά τη διάρκεια της οποίας οι φοιτητές εξετάζονται γραπτά σε όλη τη διδακτέα ύλη κάθε μαθήματος που δηλώθηκε από τον φοιτητή και που προβλέπεται από τα αναλυτικά προγράμματα.

Η επαναληπτική εξεταστική περίοδος για όλα τα μαθήματα (χειμερινό και εαρινό εξάμηνο) πραγματοποιείται το Σεπτέμβριο.

Εργαστηριακά μαθήματα

Με βάση τις δηλώσεις μαθημάτων των φοιτητών, για κάθε Ε.Μ., οι φοιτητές κατανέμονται σε ομάδες, ώστε να είναι δυνατή τόσο η παρακολούθηση του εργαστηριακού μαθήματος όσο και η άσκηση των φοιτητών που ακολουθεί, μετά την παράδοση του Ε.Μ. Τα εργαστηριακά μαθήματα πραγματοποιούνται σε χώρους κατάλληλα διαμορφωμένους και εξοπλισμένους με το απαραίτητο υλικό.

Στόχος κάθε εργαστηριακού μαθήματος είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων και η αλλαγή στάσης και συμπεριφοράς, με απώτερο σκοπό την εφαρμογή αυτών, στις ασκήσεις προσομοίωσης του εργαστηριακού μέρους του μαθήματος.

Η παρακολούθηση των εργαστηριακών μαθημάτων είναι υποχρεωτική κατά το 80% των προβλεπόμενων μαθημάτων του εξαμήνου και αποτελεί κριτήριο επιτυχίας του εργαστηριακού μαθήματος για κάθε φοιτητή.

Εάν δηλαδή, ένας φοιτητής, απουσιάσει από το εργαστήριο είτε για λόγους ασθένειας, είτε για προσωπικούς λόγους και υπερβεί το ποσοστό των απουσιών του το 20% του συνόλου των εργαστηριακών μαθημάτων, τότε η παρακολούθηση κρίνεται ανεπιτυχής.

Θεωρητικά μαθήματα

Ένα θεωρητικό μάθημα υπολογίζεται ότι διδάχθηκε, εφ' όσον έχουν πραγματοποιηθεί τα 2/3 των προγραμματισμένων ωρών.

Αξιολόγηση του Φοιτητή

Στα θεωρητικά μαθήματα ο Φοιτητής αξιολογείται με τελική γραπτή εξέταση. Οι γραπτές εξετάσεις κάθε εξαμήνου .

Αν αποτύχει και πάλι, είναι υποχρεωμένος να ξαναδηλώσει το μάθημα στο επόμενο εξάμηνο και να το παρακολουθήσει εκ νέου.

Αν το μάθημα είναι μεικτό, ο τελικός βαθμός είναι ο μέσος όρος του εργαστηριακού και του θεωρητικού μέρους.

Για το εργαστηριακό μέρος μικτών μαθημάτων, η αξιολόγηση των φοιτητών είτε είναι συνεχής, είτε λαμβάνει χώρα σε συγκεκριμένες μέρες και ώρες του εξαμήνου, κατά τις οποίες οι φοιτητές καλούνται και εξετάζονται από τον καθηγητή.

Η βαθμολογική κλίμακα αξιολόγησης των φοιτητών είναι:

από 0.0 έως 3.9	κακώς
από 4.0 έως 4.9	ανεπαρκώς
από 5.0 έως 6.9	καλώς
από 7.0 έως 8.4	λίαν καλώς
από 8.5 έως 10	άριστα

Φοιτητής που έχει βαθμολογηθεί με βαθμό μικρότερο του πέντε (5) θεωρείται ότι έχει αποτύχει.

Ερευνητική Δραστηριότητα και Συμπράξεις με την τοπική κοινωνία

Το ερευνητικό έργο που επιτελείται στο τμήμα είναι αξιόλογο, τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά. Στα πλαίσια αυτά, εκπονείται αξιόλογος αριθμός ερευνητικών προγραμμάτων, πολλά από τα οποία σε συνεργασία με ξένα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οργανισμούς ή άλλους φορείς. Τα προγράμματα αυτά χρηματοδοτούνται ή συγχρηματοδοτούνται από την ελληνική πολιτεία, την Ευρωπαϊκή Ένωση κ.α. Ενδεικτικά αναφέρονται τα παρακάτω:

- Υλοποίηση Θερινών τριών Σχολείων στη Διοίκηση ΜΜΕ σε συνεργασία με το University of Stirling UK, το Πάντειο Πανεπιστήμιο και το Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste, Germany
- Υλοποίηση δύο Θερινών Σχολείων στην Κοινωνική Οικονομία σε συνεργασία με το Leeds Metropolitan University, UK
- Διοργάνωση και Υλοποίηση διεθνούς συνεδρίου στις Οικονομικές Εφαρμογές (ISBEFA, 2012)
- Συνεργασία με την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων σε επίπεδο συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα τουρισμού

Πέρα από την ερευνητική του δραστηριότητα, το Τμήμα στηρίζει την τοπική κοινωνία δημιουργώντας δίκτυα συνεργασίας με παραγωγικούς, επαγγελματικούς και πολιτιστικούς φορείς, αναπτυξιακές συμπράξεις και οτιδήποτε μπορεί να συμβάλει στην ισχυροποίηση των δεσμών της εκπαιδευτικής κοινότητας με την κοινωνία, σύμφωνα με τις πιο σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας. Ενδεικτικά αναφέρεται η δράση Youth4Greece στην οποία το τμήμα πρωτοτύπησε πανελλαδικά παρουσιάζοντας στο Ευρωκοινοβούλιο τη νέα σχετική πλατφόρμα e-learning. Παράλληλα, παρέχει στην εκπαιδευτική κοινότητα Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα μέσω της πλατφόρμας ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης που διαθέτει.

Στο Τμήμα επίσης λειτουργεί από το 2015 εργαστήριο Μελέτης Απόδημου Επαγγελματικού Ελληνισμού με σκοπό την εκπόνηση υψηλού επιπέδου έρευνας σε συνεργασία με διεθνή πανεπιστήμια, εκπαίδευσης, παροχής υποστήριξης και διασύνδεσης των Ελλήνων αποδήμων ανα την υφήλιο.

Το αποτέλεσμα όλης αυτής της ερευνητικής προσπάθειας αποτυπώνεται σε έναν υψηλό αριθμό επιστημονικών δημοσιεύσεων - συγγραμάτων κ.ο.κ σε διεθνή συνέδρια και περιοδικά. Παράλληλα, τα μέλη του εκπαιδευτικού προσωπικού έχουν ισχυρή παρουσία στον ευρύτερο επιστημονικό κλάδο της επικοινωνίας.



Πρακτική Άσκηση

Περιγραφή

Η Πρακτική Άσκηση αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της Ανώτατης Εκπαίδευσης, καθώς αυτή αφορά στην άμεση επαφή των φοιτητών και σπουδαστών με τον εργασιακό χώρο. Η Πρακτική Άσκηση συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση σε επαγγελματικό επίπεδο των γνώσεων και των δεξιοτήτων που απέκτησαν οι φοιτητές και οι σπουδαστές κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, στην ευκολότερη και επωφελέστερη ένταξη των αποφοίτων της Ανώτατης Εκπαίδευσης και κατάρτισης στο παραγωγικό σύστημα της χώρας, καθώς και στη δημιουργία ενός δίαυλου αμφίδρομης μεταβίβασης των πληροφοριών μεταξύ των Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων και των παραγωγικών φορέων. Είναι ένας τρόπος σύνδεσης της θεωρίας με την πράξη. Η εφαρμογή της αποκτημένης γνώσης στην αγορά εργασίας μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, καθώς και στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας των τελειόφοιτων. Επίσης, η απόκτηση τέτοιων εμπειριών μπορεί να βοηθήσει στον σωστό επαγγελματικό προσανατολισμό του σπουδαστή και του φοιτητή, οι οποίοι, σε πολλές περιπτώσεις, ενδέχεται να μην έχουν ορίσει τους επαγγελματικούς τους στόχους.

Η γνωριμία και η απόκτηση ουσιαστικής επαφής των φοιτητών και σπουδαστών με τον εργασιακό χώρο αποτελεί σημαντικό μέρος του προγράμματος σπουδών στα περισσότερα συστήματα ανώτατης εκπαίδευσης στην Ευρώπη. Στα πλαίσια αυτά, το περιεχόμενο των προπτυχιακών σπουδών έχει σήμερα αναμορφωθεί, ώστε να περιλαμβάνει την εφαρμογή της αποκτημένης γνώσης, δυνατότητα που θα κληθεί να επιδείξει ο απόφοιτος στο πρώτο του εργασιακό περιβάλλον. Σήμερα, τα Ιδρύματα Ανώτατης Εκπαίδευσης εστιάζουν στην επίτευξη μεγάλων δεικτών απορρόφησης των αποφοίτων τους από την αγορά εργασίας, διαμέσου της αποτελεσματικής δραστηριοποίησής τους προς την κατεύθυνση της αγοράς εργασίας. Τούτο αποτελεί βασικό κριτήριο για την επιλογή ενός Ιδρύματος από τους υποψήφιους φοιτητές.

Ημερομηνίες Αιτήσεων

Για το Χειμερινό εξάμηνο η περίοδος αιτήσεων είναι στα μέσα του Σεπτεμβρίου και για το Εαρινό εξάμηνο στα μέσα του Μαρτίου.

Προϋποθέσεις για Πρακτική Άσκηση

Για την πραγματοποίηση της πρακτικής άσκησης ο φοιτητής πρέπει να:

- Βρίσκεται σε τυπικό εξάμηνο μεγαλύτερο του ΣΤ' ή Ζ' για τα τμήματα με προγράμματα σπουδών οκτώ (8) εξαμήνων.
- Έχει παρακολουθήσει με επιτυχία τα 2/3 των μαθημάτων του προγράμματος σπουδών.
- Έχει περάσει όλα τα μαθήματα ειδικότητας.
- Πληροί τις προϋποθέσεις που θέτει κάθε τμήμα.

Εάν επιθυμεί να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση σε εταιρία που ήδη εργάζεται ή έχει βρει ο ίδιος:

- Προσκομίζει εταιρικό προφίλ της επιχείρησης που επιθυμεί να εργαστεί.
- Προσκομίζει επιστολή του εργοδότη, στην οποία ο τελευταίος δηλώνει την επιθυμία του να τον απασχολήσει στα πλαίσια της πρακτικής άσκησης αναφέροντας περιγραφικά το αντικείμενο της εργασίας του.

Η Επιτροπή Πρακτικής Άσκησης σε συνεργασία με τον Επιστημονικά Υπεύθυνο του Τμήματος επιφυλάσσεται στις παραπάνω περιπτώσεις να απαντήσει σε εύλογο χρονικό διάστημα σχετικά με το αν εγκρίνεται ή όχι η αίτησή του.

Υλοποίηση πρακτικής άσκησης

(α) Στην αρχή της πρακτικής άσκησης

Λίγες ημέρες πριν την έναρξη της Πρακτικής Άσκησης (ΠΑ) και βάσει των ανακοινώσεων του τμήματος, ο σπουδαστής υποβάλλει την αίτησή του στην Γραμματεία του τμήματος για πραγματοποίηση ΠΑ.

Εφόσον πληροί τις παραπάνω προϋποθέσεις, η αίτησή του γίνεται αποδεκτή και εντάσσεται στον κατάλογο των ασκούμενων και παίρνει από τη Γραμματεία του τμήματος τη «Βεβαίωση έγκρισης ΠΑ φοιτητών από το ΑΤΕΙΘ προς τους φορείς απασχόλησης».

Ενημερώνεται, ακόμη, για τις υποχρεώσεις και τα εργασιακά του δικαιώματα καθώς και για τη συνολική πορεία της ΠΑ και τις υποχρεώσεις του φορέα απασχόλησης από το «Ενημερωτικό Έντυπο Πρακτικής Άσκησης».

Αφού καταλήξει ο φοιτητής στην επιλογή του φορέα, υπογράφεται η «Βεβαίωση Απασχόλησης και Ασφάλισης Ασκούμενου Φοιτητή Από Το Φορέα Απασχόλησης», όπου ο φορέας δεσμεύεται να απασχολήσει και να ασφαλίσει το φοιτητή κατά επαγγελματικού κινδύνου, όπως προβλέπεται στη νομοθεσία για την ΠΑ των ΤΕΙ (Ε5/1303/86 κοινή υπουργική απόφαση & 100/124/29.5.86 εγκύκλιος του ΙΚΑ).

Η διαδικασία της οργάνωσης και τοποθέτησης των φοιτητών για ΠΑ ολοκληρώνεται με την έκδοση και την υπογραφή των «Ειδικών Συμβάσεων Εργασίας» μεταξύ του φοιτητή, του φορέα απασχόλησης και του ΤΕΙ Ιονίων Νήσων. Η Σύμβαση λήγει αυτομάτως μετά το πέρας του αναγραφόμενου εξαμήνου.

(β) Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης

Όλη η πορεία και η αξιολόγηση του φοιτητή περιγράφεται και αναφέρεται στο «Βιβλιário Πρακτικής Άσκησης», το οποίο ενημερώνει τακτικά ο φοιτητής και συμπληρώνει ο Ακαδημαϊκός Επόπτης και ο Εκπαιδευτής του φορέα απασχόλησης.

Ο ασκούμενος φοιτητής σε όλη τη διάρκεια της πρακτικής του άσκησης επιβλέπεται στο χώρο εργασίας του από τον Εκπαιδευτή, ο οποίος σημειώνει τις παρατηρήσεις του στο Βιβλιάριο Πρακτικής Άσκησης. Ο Ακαδημαϊκός Επόπτης ελέγχει και αξιολογεί το φοιτητή κάθε μήνα και συνυπογράφει το Βιβλιάριο Πρακτικής Άσκησης, μετά την ενημέρωσή του και από τον Εκπαιδευτή.

Στο «Βιβλιάριο Πρακτικής Άσκησης», που έχει τη μορφή ημερολογίου, σημειώνονται κάθε εβδομάδα από το φοιτητή οι εργασίες και τα γνωστικά αντικείμενα, στα οποία ασκήθηκε, καθώς και η συνοπτική περιγραφή των καθηκόντων του στο χώρο εργασίας.

Κάθε απουσία του φοιτητή από την εργασία του καταχωρείται στο Βιβλιάριο ΠΑ. Αδικοιολόγητες απουσίες ή παράβαση των κανονισμών του εργασιακού χώρου ή απασχόληση του φοιτητή σε εργασίες ξένες προς το αντικείμενο των σπουδών του, μπορούν να οδηγήσουν στη διακοπή της πρακτικής του άσκησης. Ο φοιτητής μπορεί να απουσιάσει έως πέντε (5) ημέρες δικαιολογημένα για σοβαρούς λόγους.

Σε περίπτωση δικαιολογημένης διακοπής, ο φοιτητής υποχρεούται να συμπληρώσει το υπόλοιπο του χρόνου της πρακτικής του άσκησης σε νέα θέση, μετά από σχετική έκθεση αναφοράς του Ακαδημαϊκού του Επόπτη.

(γ) Στο τέλος της πρακτικής άσκησης

Στο τέλος της ΠΑ του ο φοιτητής συντάσσει μία «Έκθεση Πεπραγμένων Φοιτητή» στο Βιβλιάριο Πρακτικής Άσκησης, όπου αναφέρεται στα γνωστικά αντικείμενα όπου ασκήθηκε, στις εντυπώσεις του από τον εργασιακό χώρο καθώς και στις εργασιακές σχέσεις που ανέπτυξε.

Ο φορέας απασχόλησης υποχρεούται να παραδώσει στο φοιτητή μία «Βεβαίωση Περαιώσης Πρακτικής Άσκησης» καθώς και μία «Βεβαίωση Εργοδότη» με την ανάλυση των ενσήμων για την εξάμηνη ασφαλιστική κάλυψη του φοιτητή (κατά επαγγελματικού κινδύνου, 1% επί του τεκμαρτού ημερομισθίου της 12ης ασφαλιστικής κλάσης του ΙΚΑ, όπως ισχύει κάθε φορά).

Μετά την ολοκλήρωση της ΠΑ, ο φοιτητής υποβάλλει δια του πρωτοκόλλου στη Γραμματεία ή στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης του Τμήματος, το Βιβλιάριο Πρακτικής Άσκησης πλήρως συμπληρωμένο (απουσίες, περιγραφή δραστηριοτήτων, βαθμολογία, αξιολόγηση), προκειμένου να μπορέσει να προχωρήσει στη διαδικασία λήψης πτυχίου.

Σίτιση

Δικαιούχοι Σίτισης

Άγαμοι φοιτητές, των οποίων το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, δεν υπερβαίνει τις σαράντα πέντε χιλιάδες (45.000) ευρώ προκειμένου για οικογένεια με ένα μόνο τέκνο, με δύο τέκνα και πλέον το παραπάνω ποσό προσαυξάνεται κατά πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ για κάθε τέκνο πέραν του πρώτου, προσαυξάνεται κατά τρεις χιλιάδες (3.000) ευρώ εφόσον ο αδελφός του είναι ενεργός φοιτητής.

Έγγαμοι φοιτητές, με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, τις σαράντα πέντε χιλιάδες (45.000) ευρώ. Προσαυξάνεται κατά πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ για κάθε ανήλικο τέκνο.

Άγαμοι φοιτητές άνω των 25 ετών με ετήσιο ατομικό εισόδημα τις είκοσι πέντε χιλιάδες (25.000) ευρώ.

Τα φορολογητέα ποσά μειώνονται κατά 10%, όταν οι δικαιούχοι φοιτητές κατοικούν μόνιμα στο Δήμο που έχει την έδρα το Ίδρυμα.

- Φοιτητές που είναι πολύτεκνοι
- Φοιτητές πολυμελούς οικογένειας.
- Φοιτητές με αδελφό ή αδελφή, ενεργό φοιτητή.
- Απορφανισθέντες φοιτητές εφόσον δεν έχουν υπερβεί το 25ο έτος.
- Τέκνα άγαμης μητέρας τα οποία δεν έχουν υπερβεί το 25ό έτος.
- Φοιτητές με γονείς, τέκνα, αδέρφια, συζύγους που είναι τυφλοί ή κωφάλαλοι ή νεφροπαθείς, που υποβάλλονται σε αιμοκάθαρση ή πάσχουν από μυϊκή δυστροφία Duchenne ή ανήκουν στην κατηγορία ατόμων ειδικών αναγκών ή έχουν κινητικά προβλήματα που οφείλονται σε αναπηρία άνω του 67%.
- Οι πάσχοντες από σοβαρές ασθένειες, τέκνο θύματος τρομοκρατίας εφόσον δεν έχουν υπερβεί το 25ό έτος της ηλικίας τους.
- Οι ενεργοί φοιτητές των Α.Ε.Ι της ημεδαπής του πρώτου-δεύτερου-τρίτου κύκλου σπουδών εφόσον δεν είναι κάτοχοι, πτυχίου, μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου.
- Οι εγγεγραμμένοι ως φιλοξενούμενοι φοιτητές σε Α.Ε.Ι. της ημεδαπής που προέρχονται από άλλα Α.Ε.Ι της ημεδαπής στο πλαίσιο εκπαιδευτικών ή ερευνητικών προγραμμάτων.
- Οι εγγεγραμμένοι ως φιλοξενούμενοι φοιτητές σε Α.Ε.Ι της ημεδαπής οι οποίοι προέρχονται από ομοταγή ιδρύματα της αλλοδαπής στο πλαίσιο εκπαιδευτικών ή ερευνητικών προγραμμάτων.
- Οι φοιτητές που μετακινούνται προσωρινά από ένα Α.Ε.Ι σε άλλο της ημεδαπής σύμφωνα με τον οργανισμό του ιδρύματος προέλευσης.
- Οι αλλοδαποί υπότροφοι του υπουργείου παιδείας & θρησκευμάτων πολιτισμού & αθλητισμού που πραγματοποιούν προπτυχιακές σπουδές σε Α.Ε.Ι της ημεδαπής εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις

Τα κατά περίπτωση διαμορφούμενα ποσά μειώνονται κατά 10% όταν οι δικαιούχοι φοιτητές κατοικούν μόνιμα στο δήμο που έχει την έδρα της η Λέσχη ή το Ίδρυμα εάν σε αυτό δεν λειτουργεί Λέσχη.

Προϋποθέσεις Δωρεάν Σίτισης

Α. Άγαμοι φοιτητές που το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του τελευταίου οικονομικού έτους δεν υπερβαίνει τις 45.000€ προκειμένου για οικογένεια με ένα (1) μόνο τέκνο. Για οικογένειες με δύο (2) τέκνα και πλέον, το παραπάνω ποσό προσαυξάνεται κατά 5.000€ για κάθε τέκνο πέραν του πρώτου. Το ποσό προσαυξάνεται κατά 3.000€ εφόσον ο/η αδελφός/ή του δικαιούχου φοιτητή είναι ενεργός/ή φοιτητής/τρια του πρώτου κύκλου σπουδών.

Β. Έγγαμοι φοιτητές των οποίων το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα όπως προκύπτει από το εκκαθαριστικό σημείωμα του τελευταίου οικονομικού έτους (2013) δεν υπερβαίνει τις 45.000€. Προκειμένου για έντεκνη οικογένεια το ποσό αυτό προσαυξάνεται κατά 5.000€ για κάθε ανήλικο τέκνο.

Γ. Άγαμοι φοιτητές άνω των 25 ετών των οποίων το ετήσιο ατομικό εισόδημα όπως προκύπτει από το εκκαθαριστικό σημείωμα του τελευταίου οικονομικού έτους (2013) δεν υπερβαίνει τις 25.000€.

Ως ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοείται το συνολικό ετήσιο φορολογούμενο πραγματικό ή τεκμαρτό καθώς και το απαλλασσόμενο ή φορολογούμενο με ειδικό τρόπο εισόδημα του ίδιου του φοιτητή των γονέων του και των ανήλικων αδελφών του από κάθε πηγή. Το ίδιο ισχύει και για την περίπτωση του έγγαμου φοιτητή.

Απαιτούμενα Δικαιολογητικά

- Αίτηση
- Πιστοποιητικό Οικογενειακής Κατάστασης
- Αντίγραφο Αστυνομικής Ταυτότητας ή Ταυτότητας Ομογενούς ή Διαβατηρίου, θεωρημένο για τη γνησιότητά του

- Έγγραφο δημόσιας αρχής ή υπηρεσιών ή οργανισμών κοινής ωφέλειας, από όπου θα προκύπτει ο τόπος μόνιμης κατοικίας
- Αντίγραφο Εκκαθαριστικού Σημειώματος ή Φορολογικής Δήλωσης του τελευταίου οικ. έτους.
- Πρόσφατη φωτογραφία
- Υπεύθυνη δήλωση για την ακρίβεια των υποβληθέντων δικαιολογητικών

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ

- Βεβαίωση του οικείου Ιδρύματος από την οποία προκύπτει η φοιτητική ιδιότητα του/της αδελφού/ής
- Πιστοποιητικό Πολυτεχνικής Ιδιότητας
- Πιστοποιητικό Υγειονομικής Επιτροπής (για τα άτομα με αναπηρία)
- Ληξιαρχική Πράξη Θανάτου αποβιώσαντα γονέα

Οι σπουδαστές των οποίων οι γονείς είναι διαζευγμένοι θα υποβάλλουν: Εκκαθαριστικό Σημείωμα με το εισόδημα του γονέα που έχει τη γονική μέριμνα του σπουδαστή Διαζευκτήριο και απόφαση του δικαστηρίου για την επιμέλεια και τα έξοδα του σπουδαστή

Πρόσφατη Υπεύθυνη Δήλωση του γονέα ότι έχει τα αποκλειστικά έξοδα του σπουδαστή, θεωρημένη από Αστυν. Τμήμα για το γνήσιο της υπογραφής.

Το ύψος του ετήσιου οικογενειακού η ατομικού εισοδήματος δεν αποτελεί κριτήριο παροχής δωρεάν σίτισης στον φοιτητή όταν ο ίδιος, ανεξαρτήτου ηλικίας η ένας εκ των γονεων του εαν ειναι αγαμος κατω των 25 ετων, εισπρατει επίδομα ανεργειας. Σε αυτην την περιπτωση θα προσκομίσει βεβαίωση επιδόματος ανεργίας.

ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΤΗΣ ΔΩΡΕΑΝ ΣΙΤΙΣΗΣ

Α. Όσοι έχουν συμπληρώσει, το ανώτατο χρονικό όριο, της παροχής δωρεάν σίτισης που είναι: ΟΣΑ ΤΑ ΕΤΗ ΚΑΝΟΝΙΚΗΣ (ελάχιστης) ΦΟΙΤΗΣΗΣ ΣΥΝ ΔΥΟ (2) ΕΤΗ.

Β. ΟΙ ΣΤΡΑΤΕΥΜΕΝΟΙ / ΝΕΣ ΚΑΙ ΟΣΟΙ ΦΟΙΤΟΥΝ ΣΕ ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΗ ΣΧΟΛΗ και για όσο χρόνο διαρκεί η στράτευση – φοίτηση. Ο χρόνος αυτός δεν υπολογίζεται στον περιορισμό της προηγούμενης παραγράφου.

Γ. Οι φοιτητές που γράφτηκαν στο Πανεπιστήμιο με ΚΑΤΑΤΑΚΤΗΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ή είναι ΠΤΥΧΙΟΥΧΟΙ ΑΛΛΗΣ ΣΧΟΛΗΣ Α.Ε.Ι. ή Τ.Ε.Ι.

Δ. Οι φοιτητές που κατέχουν μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο.

Υγειονομική Περίθαλψη

Με την εγγραφή ενός φοιτητή στο τμήμα αυτόματα αποκτά το δικαίωμα ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης στο ασφαλιστικό σύστημα της χώρας. Το βιβλιάριο ασφάλισης εκδίδεται από την γραμματεία του τμήματος ή το ιατρείο ή το ασφαλιστικό ταμείο των κηδεμόνων και θεωρείται κάθε χρόνο. Υπάρχουν δυο ειδών ασφαλίσεις.

Η πρώτη ασφάλιση είναι η ασφάλιση που προσφέρεται από το ίδρυμα. Ορισμένα ασφαλιστικά ταμεία που πιθανόν να ανήκουν οι γονείς σας ενδεχομένως δεν ασφαλίζουν τα παιδιά μετά το 18ο έτος τους. Γι αυτό το ίδρυμα μπορεί να σας ασφαλίσει και να σας παρέχει ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Το βιβλιάριο έχει ισχύ ν+2 χρόνια και εκδίδεται από το τμήμα.

Ο δεύτερος τρόπος ασφάλισης είναι η ασφάλιση στο ταμείο που ανήκουν οι γονείς σας. Τα περισσότερα ασφαλιστικά ταμεία διαγράφουν ένα παιδί από το οικογενειακό βιβλιάριο μόλις ενηλικιωθεί. Του παρέχουν την δυνατότητα να ανοίξει όμως φοιτητικό βιβλιάριο, συνδεδεμένο με των γονιών του, ώστε να μην χάσει την ασφάλιση που είχε. Το νέο φοιτητικό βιβλιάριο εκδίδεται και ανανεώνεται από την γραμματεία στο ταμείο ασφάλισης των γονιών σας με μια βεβαίωση σπουδών.

Η Υγειονομική Υπηρεσία, παρέχει Α' βοήθειες στους σπουδαστές, τους ενημερώνει σε θέματα υγείας και νοσηλείας λειτουργεί το σπουδαστικό βιβλιάριο υγείας, το οποίο εκδίδεται από τα Τμήματα των Σχολών αφού καταθέσουν:

α) Δήλωση του Ν. 1599/89 ότι δεν καλύπτονται από ασφαλιστικό οργανισμό

β) μία (1) φωτογραφία.

Το βιβλιάριο υγείας χρησιμοποιείται για την κάλυψη ιατροφαρμακευτικών αναγκών και Νοσοκομειακή περίθαλψη σύμφωνα με το Π.Δ. 185/84 και περιλαμβάνει:

α) Ιατρική εξέταση

β) Νοσοκομειακή περίθαλψη

γ) Φαρμακευτική περίθαλψη

δ) Παρακλινικές εξετάσεις

ε) Επίδομα τοκετού

στ) Φυσιοθεραπείες

ζ) Οδοντιατρική περίθαλψη

η) Ορθοπεδικά είδη.

Χορήγηση σπουδαστικού βιβλιαρίου υγείας προβλέπεται για όλους τους σπουδαστές που δεν καλύπτονται από κάποιο ασφαλιστικό φορέα. Όμως, ο σπουδαστής μπορεί να παραιτηθεί από την ασφάλισή του και να κρατήσει την ασφάλιση του Τ.Ε.Ι.

– Το βιβλιάριο χρησιμοποιείται από τον σπουδαστή στην έδρα του Τ.Ε.Ι. του και σε εξαιρετικές περιπτώσεις στον τόπο που θα ευρεθεί. Σε περίπτωση Νοσοκομειακής περίθαλψης πρέπει να ενημερώνεται αμέσως το Ίδρυμα για τις περαιτέρω ενέργειες.

– Για την ιατρική περίθαλψη, ο σπουδαστής επιλέγει τον ιατρό-ο οποίος είναι υποχρεωμένος να σημειώσει την επίσκεψη στις σελίδες του βιβλιαρίου – πληρώνει την επίσκεψη και παίρνει απόδειξη. Σε περίπτωση που ο σπουδαστής χρειαστεί φαρμακευτική κάλυψη, γράφει ο θεράπων γιατρός την φαρμακευτική συνταγή στο σπουδαστικό βιβλιάριο. Ο σπουδαστής αγοράζει τα φάρμακα, παίρνει απόδειξη καθώς και τα κουπόνια των φαρμάκων. Για οποιαδήποτε άλλη ιατρική πράξη ακολουθείται η ίδια διαδικασία.

– Μέσα σε τρεις ημέρες το βιβλιάριο πρέπει να κατατεθεί στην Υγειονομική Υπηρεσία του Τ.Ε.Ι. για θεώρηση. Παράλληλα στην ίδια Υπηρεσία ο σπουδαστής καταθέτει αίτηση με την οποία ζητά την έγκριση χρηματικού ποσού που δικαιούται να πάρει από την εκάστοτε ιατρική ή οδοντιατρική πράξη.



– Το βιβλιάριο θεωρείται από τον ελεγκτή ιατρό της Υγειονομικής Υπηρεσίας και από τον Προϊστάμενο της Σπουδαστικής Λέσχης (Πρόεδρος Τ.Ε.Ι.).

Διακοπή χορήγησης σπουδαστικού βιβλιαρίου γίνεται όταν ο δικαιούχος :

α) στρατευθεί και για όσο χρόνο διαρκεί η στράτευσή του, β) ασφαλιστεί σε άλλο φορέα, γ) πάρει το πτυχίο του, δ) συμπληρώσει το ανώτατο όριο διάρκειας της παροχής που σε μικρές περιπτώσεις φτάνουν τα (11) εξάμηνα, ε) χάσει τη σπουδαστική ιδιότητα για οποιοδήποτε λόγο, στ) αναστείλει τις σπουδές του σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις και για όσο χρόνο διαρκεί η αναστολή σπουδών. Στις περιπτώσεις α και στ ο χρόνος διακοπής της παροχής δεν προσμετρείται στο χρόνο διάρκειας σπουδών.

Το Αργοστόλι

Το Αργοστόλι είναι η μεγαλύτερη πόλη της Κεφαλονιάς με πληθυσμό 14.000 κατοίκων και αποτελεί την πρωτεύουσα και το κυρίως λιμάνι του νησιού. Είναι πρωτεύουσα της Κεφαλονιάς από το 1757 και βρίσκεται στο κέντρο του νοτίου τμήματος του νησιού, στην άκρη ενός κόλπου με το ίδιο όνομα, περιστοιχισμένο από βουνά και καταπράσινα δάση.

Ενετικά κτίρια στέκονταν στην πόλη αλλά καταστράφηκαν όπως και ολόκληρο το Αργοστόλι και σχεδόν κάθε άλλη πόλη και χωριό στον ισχυρό σεισμό του 1953.

Η πόλη ξαναχτίστηκε έκτοτε με τη βοήθεια του ελληνικού κράτους αλλά αντίθετα με την πόλη της Ζακύνθου, δεν έγινε καμιά προσπάθεια να διατηρηθεί η παραδοσιακή αρχιτεκτονική και το τοπικό χρώμα. Μια πέτρινη γέφυρα μήκους 650 μέτρων που ονομάζεται γέφυρα του Δραπάνου στέκει στην είσοδο της πρωτεύουσας και στο κέντρο της βρίσκεται η μικρή πυραμίδα Κολώνα, αφιερωμένη στον Charles de Bosset που



κατασκεύασε τη γέφυρα. Η γέφυρα συνδέει την πόλη με τα απέναντι χωριά και δημιουργεί την λιμνοθάλασσα του Κουτάβου που αποτελεί και έναν σημαντικό υδροβιότοπο. Η περιοχή έχει διαμορφωθεί κατάλληλα ώστε μπορεί κανείς να περπατήσει ευχάριστα σε πεζόδρομους και να θαυμάσει από κοντά την ομορφιά της φύσης και των πτηνών. Στην περιοχή αυτή της λιμνοθάλασσας βρίσκεται το Τ.Ε.Ι και το τμήμα Ψηφιακών Μέσων.

Το σύγχρονο και κοσμοπολίτικο Αργοστόλι είναι πολύβουο και παρέχει πολλά ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά και δραστηριότητες. Διαθέτει ελκυστικό παράλιο δρόμο με φοινικόδεντρα και όμορφο πλακόστρωτο με πολύχρωμα βότσαλα της θάλασσας. Ο δρόμος καταλήγει στην αποβάθρα, όπου δένουν ψαρόβαρκες και τα σκάφη που εξυπηρετούν το Ληξούρι κάθε μισή ώρα.

Η κεντρική πλατεία της πόλης λέγεται πλατεία Βαλλιάνου. Πρόκειται για μια μεγάλη κι ευχάριστη πλατεία με πολλά εστιατόρια, καφενεία και μπαρ. Τα καλοκαιρινά βράδια η πλατεία γεμίζει κόσμο γιατί εκεί πηγαίνουν οι ντόπιοι για τον παραδοσιακό βραδινό περίπατο. Είναι ενδιαφέρον κι ευχάριστο να παρατηρεί κανείς τον κεφαλλονίτικο τρόπο ζωής.

Η πλακόστρωτη οδός Λιθόστρωτο είναι ο εμπορικός δρόμος της πρωτεύουσας και είναι γεμάτος μαγαζιά. Εκεί στέκει και η όμορφη εκκλησία του Αγίου Σπυρίδωνα και το ενδιαφέρον καμπαναριό της πλατείας της Καμπάνας.

Στο Αργοστόλι μπορείτε να επισκεφτείτε το αρχαιολογικό μουσείο της Κεφαλονιάς που φιλοξενεί ενδιαφέροντα αρχαιολογικά ευρήματα από τη μυκηναϊκή, την ελληνιστική και τη ρωμαϊκή περίοδο. Η συλλογή περιλαμβάνει νομίσματα, σπαθιά, γλυπτά και κεραμικά από διάφορες περιόδους.

Ένα άλλο ενδιαφέρον μουσείο είναι το Κοργιαλένιο Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο που φιλοξενείται στο ισόγειο της Κοργιαλένιου Βιβλιοθήκης. Αποτελεί αναπαράσταση ενός παραδοσιακού κεφαλλονίτικου σπιτιού του 19 ου αιώνα και περιλαμβάνει πλούσια συλλογή φωτογραφιών του νησιού. Η εντυπωσιακή βιβλιοθήκη της πρωτεύουσας περιέχει 50.000 βιβλία μεταξύ των οποίων μερικά πολύ σπάνια και παλιά χειρόγραφα.

Το Αργοστόλι είναι μια όμορφη και καθαρή πόλη, που συνδυάζει τις ομορφιές και τη γαλήνη ενός νησιού αλλά και τις ανέσεις και ευκολίες μιας καλά οργανωμένης πόλης.

Υπάρχει πληθώρα εμπορικών καταστημάτων, οικιακού εξοπλισμού, ένδυσης και σίτισης. Επίσης υπάρχουν διαθέσιμα καταλύματα επιπλωμένα και μη σε αριθμό ικανό να εξυπηρετήσουν όλους τους φοιτητές . Η πληθώρα των επιχειρήσεων τουριστικών και μη δίνει τη δυνατότητα για εργασία σε όποιον επιθυμεί.

Η Ιστορία

Η Κεφαλονιά αλλά και η πόλη του Αργοστολίου ειδικά έχει δεχτεί σημαντικές πολιτισμικές επιδράσεις μέσα απ το πέρασμα της ιστορίας, κατά τη διάρκεια της Αγγλικής και Γαλλικής κυριαρχίας αλλά και παλαιότερα της Ιταλικής. Πιο πρόσφατα το νησί επηρεάστηκε και από την Ιταλό-Γερμανική κατοχή του 40'.

Εξ αιτίας αυτών των επιδράσεων αλλά και του χαρακτηριστικού των κατοίκων του νησιού να είναι ανήσυχα πνεύματα και να ταξιδεύουν σε ξένους προορισμούς το Αργοστόλι γνώρισε μια μεγάλη πολιτισμική άνθηση. Στην πόλη υπάρχουν αρκετά Ιστορικά σημεία όπως η πλατεία Καμπάνας. Εκεί οι Κεφαλλονίτες έκαψαν το Libro d'Oro , δηλαδή τη «χρυσή Βίβλο των ευγενών» μετά την άφιξη των Γάλλων στο νησί το 1797. Αξίολογα είναι το Αρχαιολογικό μουσείο το οποίο φιλοξενεί σημαντικά ευρήματα, η Κοργιαλένειος Βιβλιοθήκη, από τις μεγαλύτερες της χώρας με μια υπέροχη συλλογή βυζαντινών εικόνων, το Ιστορικό και Λαογραφικό μουσείο, όπου ξετυλίγεται μέσα από πλούσια εκθέματα όλη η πορεία της ιστορίας του νησιού αλλά και το ιστορικό θέατρο «Κέφαλος». Πολλές μεγάλες προσωπικότητες αναδείχθηκαν και διέπρεψαν σε διάφορους τομείς, μερικοί είναι ο Μαρίνος Αντύπας (αγωνιστής), ο Ανδρέας Λασκαράτος (λογοτέχνης), Ο Νίκος Καββαδίας(ποιητής), ο Μαρινάτος Σπυρίδων (αρχαιολόγος ακαδημαϊκός), ο Φωκάς Θανάσης (ερευνητής ιατρός, μαθηματικός).

Πολιτισμός- Αθλητισμός

Στο Αργοστόλι σήμερα κανείς μπορεί να παρακολουθήσει προγράμματα του Δήμου και να ασχοληθεί με το Θέατρο, τη μουσική και τις εικαστικές τέχνες. Στην πόλη υπάρχει αίθουσα κινηματογράφου που στεγάζεται στο θέατρο «Κέφαλος» και ένας θερινός κινηματογράφος. Γίνονται αρκετές εκδηλώσεις, κυρίως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, όπου και ο κόσμος είναι περισσότερος. Ο θεσμός «Αργοστόλι Πολιτιστικό καλοκαίρι» περιλαμβάνει φεστιβάλ μουσικής, χορού ή διοργανώσεις όπως το διεθνές φεστιβάλ ρυθμικής γυμναστικής που διεξάγεται στα τέλη Ιουνίου στο Αργοστόλι. Στον τομέα του αθλητισμού υπάρχει η δυνατότητα ενασχόλησης στις εγκαταστάσεις του Δήμου (Δημοτικό αθλητικό Γήπεδο, Δημοτικό Κολυμβητήριο) και η δραστηριοποίηση σε συλλόγους τένις, μπάσκετ, μπιζμπολ, σόφτμπολ, ποδοσφαίρου, ιππασίας, κολύμβησης, ιστιοπλοΐας, πόλο, καγιάκ, κωπηλασία, καθώς και 6 ιδιωτικά γυμναστήρια.



Παραδοσιακά προϊόντα

Στο νησί έχει τα δικά του παραδοσιακά προϊόντα, μέλι, ελαιόλαδο, φέτα, το κρασί ρομπόλα καθώς και παραδοσιακά γλυκίσματα (μάντολες, παστέλι, παστοκύδωνο, τα

αμυγδαλωτά κ.α). Είναι ακόμη φημισμένο για την κουζίνα του και την παραδοσιακή κρεατόπιτα, το στιφάδο και πολλά άλλα πιάτα.

Πρόσβαση

Η πρόσβαση στο νησί γίνεται με πλοίο από το λιμάνι της Κυλλήνης προς τον Πόρο που απέχει περίπου 1 ώρα από το Αργοστόλι. Επιπλέον υπάρχει σύνδεση με τη Λευκάδα από το λιμάνι του Φισκάρδου και από την Πεσσάδα με τη Ζάκυνθο . Στο νησί μπορεί να έρθει κανείς με το αεροπλάνο από την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πρέβεζα. Το Αργοστόλι είναι μια πόλη με σημαντική ιστορική πορεία αλλά και ένα σύγχρονο παρόν .Φιλοξενεί φοιτητές από άλλα μέρη της Ελλάδας και τους προσφέρει όμορφα και δημιουργικά φοιτητικά χρόνια.

Χρήσιμα Τηλέφωνα

Αστυνομία	• Αργοστόλι 26710-22200 • Ληξούρι 26710-91207 • Σάμη 26740-22100 • Φισκάρδο 26740-41460 • Τροχαία Αργοστολίου 26710-23226 • Τουριστική Αστυνομία Αργοστολίου 26710-22815
Λιμενικές Αρχές	• Αργοστολίου 26710-22224 • Ληξουρίου 26710-94100 • Πόρου 26740-72460 • Σάμης 26740-22031
Ταχυδρομεία	• Ταχυδρομείο Αργοστολίου 26710-22312 • Ταχυδρομείο Ληξουρίου 26710-91206 • Ταχυδρομείο Σάμης 26740-22012
Μεταφορές	• Αεροδρόμιο 26710-41511 • ΚΤΕΛ Αργοστολίου 26710-22281 • ΚΤΕΛ Αθήνας 210-5250785 • Ταξί Αργοστόλι 26710-22261, 22738 • Ταξί Ληξούρι 26710-23801 • Ταξί Φισκάρδο 26710-51496
Νοσοκομεία - Πρώτες Βοήθειες	• Γενικό Νοσοκομείο Αργοστολίου 26710-38000 • Νοσοκομείο Ληξουρίου 26710-91194 • Σταθμός Πρώτων Βοηθειών Σάμης 26740-22222 • Κέντρο Υγείας Σάμης 26740-22802 • Φαρμακεία Αργοστολίου 26710-24015, 23245, 24795 • Φαρμακεία Ληξουρίου 26710-91490, 93548, 93675
Λοιπές Υπηρεσίες	• ΔΕΗ Αργοστολίου 26710-25851 • ΟΤΕ Αργοστολίου 26710-23399 • ΟΤΕ Ληξουρίου 26710-91399 • ΚΕΠ Αργοστολίου 26710-25252 • Δήμος Αργοστολίου 26710-22488 • Δήμος Ληξουρίου 26710-91326 • Δήμος Σάμης 26740-22019 • Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (πληροφορίες) 26710 22248

Αξιοθέατα	• Αρχαιολογικό μουσείο Αργοστολίου 26710-28300 • Εκκλησιαστικό μουσείο Ι.Μ Αγίου Ανδρέα 26710-69700 • Ιακωβάτειος βιβλιοθήκη και μουσείο Ληξούρι 26710-91325 • Κοργιαλένιο ιστορικό και λαογραφικό μουσείο 26710-28221 • Μουσείο Φυσικής ιστορίας Δαυγάτα 26710-84400
------------------	---

Στοιχεία Επικοινωνίας

Τηλέφωνο επικοινωνίας: (+30) 26710 27311

FAX: (+30) 26710 27312

E-mail: grampr@teiion.gr

Διεύθυνση:

Λεωφόρος Αντώνη Τρίτση, ΤΚ 28100, Αργοστόλι, Κεφαλονιά