

ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ



ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
2025 - 2026

ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ – ΙΟΥΛΙΟΣ 2025

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**Περιεχόμενα**

1.	Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο	5
1.1	Γενικά	5
1.2	Σχολές και Τμήματα	5
1.3	Διοίκηση	6
2.	Η Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας & Πληροφορικής	7
3.	Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας	8
3.1	Γενικά	8
3.2	Φυσιογνωμία του Τμήματος	9
3.3	Σκοπός – Στόχοι του Τμήματος	9
3.4	Μαθησιακά αποτελέσματα του Προγράμματος Σπουδών	9
4.	Υλικοτεχνική υποδομή	10
4.1	Αίθουσες διδασκαλίας	10
4.2	Αίθουσες εργαστηρίων	10
5.	Βιβλιοθήκη	11
6.	Προσωπικό Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας.	12
6.1	Διοίκηση και Διοικητικό προσωπικό	12
7.	Διδακτικό Προσωπικό – Μέλη ΔΕΠ	14
7.1	Καθηγητής, Πολυκαλάς Σπυρίδων	14
7.2	Αναπληρωτής Καθηγητής, Ηλιάδης Γεώργιος	14
7.3	Αναπληρωτής Καθηγητής, Κονιδάρης Αγησίλαος	15
7.4	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Αγγελική Σγώρα	15
7.5	Μόνιμος Επίκουρος Καθηγητής, Αντωνόπουλος Νίκος	16
7.6	Μόνιμος Επίκουρος Καθηγητής, Αμπελιώτης Δημήτριος	16
7.7	Επίκουρη Καθηγήτρια, Καϊμάκη Βασιλική	17
7.8	Επίκουρη Καθηγήτρια, Γερακοπούλου Πατρίτσια	17
7.9	Επίκουρη Καθηγήτρια, Κατσαουνίδου Αναστασία	18
7.10	Επίκουρος Καθηγητής, Αθανάσιος Τσίπης	18
7.11	Λέκτορας Εφαρμογών, Κουμπarella Ανάργυρος	19
7.12	Λέκτορας Εφαρμογών, Πετράκης Κωνσταντίνος	20
8.	Διδακτικό προσωπικό – Μέλη ΕΔΙΠ	20
8.1	Παρίση Ευαγγελία	20
8.2	Πανάς Γεράσιμος	20
9.	Μέλη Ε.Τ.Ε.Π.	21

9.1	Νεοφύτου Σοφία	21
9.2	Ντούκα Μοντεσάντου Μαγδαληνή	21
10.	Διδάσκοντες Απόκτησης Ακ. Εμπειρίας (ΕΣΠΑ)	21
11.	Εντεταλμένοι Διδάσκοντες	21
12.	Ακαδημαϊκοί Υπότροφοι	21
13.	Προπτυχιακές Σπουδές	22
13.1	Εισαγωγικά	22
13.2	Δομή Προγράμματος Σπουδών	22
13.2.1	Γενικά	22
13.2.2.	Πιστωτικές – Διδακτικές Μονάδες	22
13.2.3.	Κανόνες δηλώσεων	23
13.2.4.	Πτυχιακή	23
13.2.5.	Πρακτική άσκηση	23
13.2.6.	Λήψη πτυχίου	23
13.2.7.	Αξιολόγηση Μαθημάτων	24
13.2.8.	Βαθμολογία	24
13.2.9.	Βελτίωση βαθμολογίας μαθημάτων	25
13.2.10.	Χορήγηση βεβαίωσης ψηφιακών δεξιοτήτων	25
13.2.11.	Παράρτημα Διπλώματος - Πίνακας αντιστοίχισης βαθμολογίας ECTS	25
14.	Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών Ακαδ. Έτους 2025-2026	27
14.1	Περιεχόμενο μαθημάτων	30
14.1.1.	Μαθήματα Α΄ Εξαμήνου	30
14.1.2.	Μαθήματα Β΄ Εξαμήνου	34
14.1.3.	Μαθήματα Γ΄ Εξαμήνου	38
14.1.4.	Μαθήματα Δ΄ Εξαμήνου	44
14.1.5.	Μαθήματα Ε΄ Εξαμήνου	48
14.1.6.	Μαθήματα ΣΤ΄ Εξαμήνου	54
14.1.7.	Μαθήματα Ζ΄ Εξαμήνου	60
14.1.8.	Μαθήματα Η΄ Εξαμήνου	66
15.	Πτυχιακή Εργασία	71
15.1	Περιγραφή της Πτυχιακής Εργασίας	71
15.2	Διαδικασία εκπόνησης της Πτυχιακής Εργασίας	71
16.	Πρακτική Άσκηση	73
16.1	Στόχοι της Πρακτικής Άσκησης	74
16.2	Αντικείμενα της Πρακτικής Άσκησης	74
16.3	Πρακτική Άσκηση μέσω ΕΣΠΑ	74

16.4	Επιλογή Φορέα Υποδοχής	74
16.5	Το πληροφοριακό σύστημα Atlas	75
16.6	Προϋποθέσεις συμμετοχής & κριτήρια αξιολόγησης υποψηφίων	76
16.7	Υποβολή υποψηφιοτήτων	77
16.8	Υποχρεώσεις φοιτητών/ριών από τη συμμετοχή τους στο Πρόγραμμα	78
16.9	Άδειες του ασκούμενου	79
16.10	Αμοιβή & Ασφάλιση του ασκούμενου	79
15.11	Πρακτική άσκηση και εργαστηριακά μαθήματα	80
17.	Ιδρυματικός Κανονισμός Erasmus	80
17.1	Κινητικότητα φοιτητών για σπουδές	80
17.2	Κινητικότητα φοιτητών για πρακτική άσκηση	81
18.	Μεταπτυχιακές Σπουδές	81
19.	Απόκτηση Διδακτορικού Διπλώματος	82
20.	Ερευνητική Δραστηριότητα του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας	83
21.	Φοιτητική Μέριμνα	86
21.1	Σίτιση	86
21.2	Υγειονομική περίθαλψη φοιτητών και έκδοση ευρωπαϊκής κάρτας ασφάλισης ασθενείας	87
21.3	Οικονομικές ενισχύσεις	87
21.4	Υποτροφίες	87
22.	Ακαδημαϊκό Ημερολόγιο	87

1. Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο

1.1 Γενικά

Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο ιδρύθηκε το 1984 (Π.Δ. 83/1984 «Περί ιδρύσεως Πανεπιστημίου Αιγαίου, Ιονίου Πανεπιστημίου και Πανεπιστημίου Θεσσαλίας»). Από την 1.10.2018 το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ιονίων Νήσων (Τ.Ε.Ι. Ιονίων Νήσων) εντάχθηκε στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο (ν. 4559/2018).



Ο Δικτυακός Τόπος Ιονίου Πανεπιστημίου είναι ο ακόλουθος: <http://www.ionio.gr>.

Διοικητική έδρα του Ιονίου Πανεπιστημίου είναι η Κέρκυρα, ενώ Σχολές και Τμήματά του λειτουργούν σήμερα στις νησιωτικές πόλεις της Κέρκυρας, του Αργοστολίου, του Ληξουρίου, της Ζακύνθου και της Λευκάδας.

Στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο λειτουργούν δώδεκα (12) ακαδημαϊκά Τμήματα, τα οποία προσφέρουν προπτυχιακές και μεταπτυχιακές σπουδές στους τομείς των Ανθρωπιστικών Επιστημών, της Επιστήμης της Πληροφορίας και της Πληροφορικής, της Μουσικής και των Οπτικοακουστικών Τεχνών, του Περιβάλλοντος και των Οικονομικών Σπουδών.

1.2 Σχολές και Τμήματα

Στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο λειτουργούν πέντε (5) Σχολές, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται (12) Τμήματα:

Σχολή Ανθρωπιστικών Επιστημών
Τμήμα Ιστορίας (Κέρκυρα)
Τμήμα Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας (Κέρκυρα)
Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας & Πληροφορικής
Τμήμα Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας (Κέρκυρα)
Τμήμα Πληροφορικής (Κέρκυρα)
Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας (Αργοστόλι)
Σχολή Μουσικής & Οπτικοακουστικών Τεχνών
Τμήμα Τεχνών Ήχου και Εικόνας (Κέρκυρα)
Τμήμα Μουσικών Σπουδών (Κέρκυρα)
Τμήμα Εθνομουσικολογίας (Ληξούρι)
Σχολή Περιβάλλοντος
Τμήμα Περιβάλλοντος (Ζάκυνθος)
Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων (Αργοστόλι)
Σχολή Οικονομικών Επιστημών
Τμήμα Περιφερειακής Ανάπτυξης (Λευκάδα)
Τμήμα Τουρισμού (Κέρκυρα)

1.3 Διοίκηση

Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο διοικείται από τις Πρυτανικές Αρχές και τη Σύγκλητο. Οι Πρυτανικές Αρχές για το ακαδημαϊκό έτος 2025-2026 είναι:

Πρύτανης:

- Ανδρέας Φλώρος, Καθηγητής Τμήματος Τεχνών Ήχου και Εικόνας.

Αντιπρυτάνεις:

- Καθηγητής Εμμανουήλ Μάγκος. Αντιπρύτανης Έρευνας, Καινοτομίας και Διά Βίου Μάθησης.
- Αναπληρωτής Καθηγητής Ευστάθιος Μακρής, Αντιπρύτανης Οικονομικών και Διοικητικών Υποθέσεων.
- Καθηγητής Κωνσταντίνος Αγγελάκος, Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών, Φοιτητικής Μέριμνας, Διεθνών Σχέσεων και Εξωστρέφειας.
- Καθηγητής Ανδρέας Γεωργιάς, Αντιπρύτανης Προγραμματισμού, Ανάπτυξης και Νησιωτικότητας .

Γραμματεία Πρυτανείας

Ιόνιος Ακαδημία, Καποδιστρίου και Ακαδημίας, 49100 Κέρκυρα

Γραφείο Πρύτανη:

κα. Ρία Αυγερινού Τηλέφωνο επικοινωνίας: 26610 87110

E-mail: ria@ionio.gr

Γραφείο Αντιπρυτάνεων:

κα. Κατερίνα Τζάλη Τηλέφωνο επικοινωνίας: 26610 87106

E-mail: ktzali@ionio.gr

2. Η Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας & Πληροφορικής

Η Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας & Πληροφορικής του Ιονίου Πανεπιστημίου ιδρύθηκε τον Μάιο 2013, σύμφωνα με το ΦΕΚ 119/Α'/28.5.2013.

Κοσμήτορας

Καθηγητής Παναγιώτης Κουρουθανάσης, Τμήμα Πληροφορικής.

Γραμματεία Κοσμητείας

Γραμματέας: κα. Ευαγγελία Κρανιώτη, τηλ. 26610 – 87760.

E-mail: kosmitia_sepp@ionio.gr

3. Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας

3.1 Γενικά



Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας της Σχολής Επιστήμης της Πληροφορίας και Πληροφορικής, του Ιονίου Πανεπιστημίου, εδρεύει στο Αργοστόλι – Κεφαλονιά - και ιδρύθηκε το έτος 2018 (ΦΕΚ 142 Α΄/03-8-2018). Φαίνεται ως νεοσύστατο, όμως το αποτύπωμά του στον Ακαδημαϊκό χάρτη της χώρας είναι έντονο και πολύχρονο αφού αποτελεί μετεξέλιξη δύο πρότερων Τμημάτων που λειτούργησαν στον ίδιο χώρο ενταγμένα στο πρώην Τ.Ε.Ι. Ιονίων Νήσων. Πρόκειται για τα Τμήματα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας (ΦΕΚ 142/23-6-2005, αρθ. 3 παρ. 2) και το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας Τ.Ε. (ΦΕΚ 56 Α΄/15-5-2014).

Το 2003 Ιδρύθηκε το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Τ.Ε.Ι.) Ιονίων Νήσων (ΦΕΚ 156 Α /20-6-2003) με έδρα το Αργοστόλι. Δύο χρόνια αργότερα, ιδρύθηκε το Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας (ΦΕΚ 142/23-6-2005, αρθ. 3 παρ. 2), το οποίο λειτούργησε απρόσκοπτα στο Αργοστόλι μέχρι το 2014 οπότε μετονομάστηκε σε Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας Τ.Ε. (ΦΕΚ 56 Α΄/15-5-2014). Τον Οκτώβριο του 2018 Ιδρύθηκε το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας που εντάχθηκε στη Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας και Πληροφορικής του Ιονίου Πανεπιστημίου. (ΦΕΚ 142 Α΄/03-8-2018).



Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου είναι ένα σύγχρονο Τμήμα το οποίο συνδυάζει την επιστήμη της Επικοινωνίας με τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Η Επικοινωνία με χρήση Ψηφιακών Μέσων είναι ένας διεπιστημονικός τομέας που παρουσιάζει ιδιαίτερα μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, καθώς η ραγδαία αύξηση της χρήσης του διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων (social media) έχει εισάγει νέες μορφές επικοινωνίας. Η χρήση νέων τεχνολογιών έχει γίνει πλέον απαραίτητη προκειμένου να αναπτυχθούν σύγχρονες στρατηγικές επικοινωνίας, ενώ έχει επηρεάσει σημαντικά και άλλους τομείς όπως αυτοί της δημοσιογραφίας, της διαφήμισης και του μάρκετινγκ. Το ψηφιακό μάρκετινγκ και η ηλεκτρονική διαφήμιση έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι στο σχεδιασμό και την υλοποίηση σύγχρονων και καινοτόμων επικοινωνιακών στρατηγικών, οι οποίες χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο τις νέες τεχνολογίες για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Στη δημοσιογραφία και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν

εισαχθεί νέοι όροι όπως αυτοί της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, της δημοσιογραφίας της σύγκλισης και της δημοσιογραφίας δεδομένων, το σύνολο των οποίων έχουν ως βάση την χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Όλες οι παραπάνω έννοιες αναλύονται και διδάσκονται στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου.

3.2 Φυσιογνωμία του Τμήματος

Η προσέγγιση των μέσων επικοινωνίας, εκ των πραγμάτων διαθέτει μια υφή κοινωνική, πολιτιστική, αισθητική και βέβαια τεχνολογική, προσδίδοντας έτσι στην μεθοδολογική πρακτική μια πολυσυλλεκτική διάσταση. Στο Τμήμα επιδιώκεται η δημιουργία ενός 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 επικαιροποιημένο. Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος είναι επικεντρωμένο στην Επικοινωνία με χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και περιλαμβάνει μαθήματα διαφορετικών μεταξύ τους επιστημονικών ειδικοτήτων, όπως μαθήματα επικοινωνίας, μάρκετινγκ, διαφήμισης, διαδικτύου, τουρισμού, πολιτισμού, δημοσιογραφίας και δημοσίων σχέσεων.

3.3 Σκοπός – Στόχοι του Τμήματος

Σκοπός του Τμήματος είναι να προάγει την επιστήμη της Επικοινωνίας με χρήση Ψηφιακών Μέσων, παρέχοντας ένα ακαδημαϊκό περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται δημιουργική και κριτική σκέψη καθώς επίσης και έρευνα στα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύονται στο Τμήμα. Το Τμήμα κατατάσσεται στον ακαδημαϊκό χάρτη ανάμεσα σε τμήματα που σχετίζονται αμιγώς με την επιστήμη της πληροφορικής και σε τμήματα που σχετίζονται αμιγώς με την επιστήμη της επικοινωνίας και των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Το Τμήμα παρέχει εξειδικευμένες γνώσεις στους φοιτητές που τους επιτρέπουν να δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς όπως της επικοινωνίας, του ψηφιακού μάρκετινγκ, της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας και δημοσιογραφίας δεδομένων, του ηλεκτρονικού εμπορίου, της παραγωγής πολυμεσικού οπτικοακουστικού υλικού, της διαχείρισης εταιρικής ταυτότητας, της στρατηγικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων με έμφαση στα ψηφιακά μέσα.

3.4 Μαθησιακά αποτελέσματα του Προγράμματος Σπουδών

Το Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας στοχεύει σε ισχυρά Μαθησιακά Αποτελέσματα. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα ακόλουθα:

- Την απόκτηση επιστημονικής γνώσης στα γνωστικά πεδία που θεραπεύει το Τμήμα, όπως της επικοινωνίας, του ψηφιακού μάρκετινγκ, της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας και δημοσιογραφίας δεδομένων, του ηλεκτρονικού εμπορίου, της παραγωγής πολυμεσικού οπτικοακουστικού υλικού, της διαχείρισης εταιρικής ταυτότητας, της στρατηγικής επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων με έμφαση στα ψηφιακά μέσα.
- Την ικανότητα σχεδιασμού και εκπόνησης μιας επιστημονικής εργασίας, τόσο ατομικά όσο και ομαδικά.
- Την προετοιμασία για την περαιτέρω εξειδίκευση των φοιτητών/φοιτητριών μέσω της συμμετοχής τους σε μεταπτυχιακές σπουδές υψηλού επιπέδου.
- Την απόκτηση αντίληψης της εξελικτικής δυναμικής των γνωστικών πεδίων που θεραπεύει το Τμήμα.

4. Υλικοτεχνική υποδομή

4.1 Αίθουσες διδασκαλίας

Όλες οι αίθουσες διδασκαλίας του Τμήματος, είναι εξοπλισμένες με βιντεοπροβολέα και μικροφωνική εγκατάσταση που διευκολύνουν την απρόσκοπτη λειτουργία της εκπαιδευτικής διαδικασίας.



4.2 Αίθουσες εργαστηρίων

Όλα τα εργαστήρια του Τμήματος, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες διδασκαλίας και έρευνας, της ακαδημαϊκής κοινότητας, είναι εξοπλισμένα με σύγχρονους Η/Υ, βιντεοπροβολείς, εξοπλισμό ραδιο-τηλεοπτικής παραγωγής με τον οποίο οι φοιτητές μπορούν να εξομοιώσουν σε ικανοποιητικό βαθμό τις πραγματικές συνθήκες ενός επαγγελματικού χώρου εργασίας.





5. Βιβλιοθήκη

Οι φοιτητές/τριες του Τμήματος μπορούν να χρησιμοποιούν για τις ανάγκες των σπουδών τους την Βιβλιοθήκη του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου, η οποία διαθέτει ικανοποιητική συλλογή βιβλίων, περιοδικών και ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης. Μπορούν, επίσης, να δανειστούν βιβλία αλλά και να την χρησιμοποιήσουν ως χώρο μελέτης.



Η Βιβλιοθήκη του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου λειτουργεί πρωτευόντως για τα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας του Τμήματος. Όλοι οι χρήστες, μέλη της ως άνω κοινότητας ή μη, έχουν δικαίωμα πρόσβασης στο υλικό εντός του χώρου της Βιβλιοθήκης. Οι εσωτερικοί χρήστες, δηλαδή τα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας του Τμήματος (εκπαιδευτικό προσωπικό, φοιτητές και διοικητικό προσωπικό) έχουν δικαίωμα δανεισμού βιβλίων και λοιπού υλικού εκτός Βιβλιοθήκης. Εξαιρούνται του δανεισμού λεξικά, σπάνιοι τίτλοι κ.λπ. όπως προσδιορίζονται με σχετικές αποφάσεις. Οι εξωτερικοί χρήστες έχουν δικαίωμα πρόσβασης στο υλικό της Βιβλιοθήκης μόνο εντός του χώρου της. Η Βιβλιοθήκη είναι ανοιχτής πρόσβασης για όλους όσο αφορά στη χρήση της και αναζήτηση υλικού.



Ο κανονισμός της βιβλιοθήκης περιέχεται [εδώ](#).

Η λίστα καταγραφής βιβλίων της βιβλιοθήκης του Τμήματος περιέχεται [εδώ](#).

Οδηγίες για να έχετε πρόσβαση από τον προσωπικό σας υπολογιστή σε ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες μπορείτε να βρείτε [εδώ](#).

Πληροφορίες και οδηγίες για την κεντρική βιβλιοθήκη του Ιονίου Πανεπιστημίου μπορείτε να βρείτε [εδώ](#).

6. Προσωπικό Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας.

6.1 Διοίκηση και Διοικητικό προσωπικό

Πρόεδρος:

Σπυρίδων Πολυκαλάς, Καθηγητής

Αναπληρωτής Πρόεδρος:

Αγησίλαος Κονιδάρης, Αναπληρωτής Καθηγητής

Γραμματεία:

Αναπληρώτρια Προϊσταμένη Γραμματείας

Κα. Αθηνά Γιωβανίτσα

Τηλέφωνο επικοινωνίας: (+30) 26710 27311

E-mail: secdmc@ionio.gr

Γραφείο Υποστήριξης Συστημάτων:

Ευάγγελος Θωμάτος

Τηλέφωνο επικοινωνίας: (+30) 26710 27142

Ταχυδρομική Διεύθυνση:

Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας

Λεωφόρου Αντώνη Τρίτση 1

Αργοστόλι, ΤΚ 28100

7. Διδακτικό Προσωπικό – Μέλη ΔΕΠ

7.1 Καθηγητής, Πολυκαλάς Σπυρίδων



Είναι κάτοχος Διπλώματος Ηλεκτρολόγου Μηχανικού και Τεχνολογίας Υπολογιστών από την Πολυτεχνική Σχολή του Πανεπιστημίου Πατρών και διδακτορικού διπλώματος της Σχολής Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Η/Υ του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου (ΕΜΠ).

Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα επικεντρώνονται στα ακόλουθα πεδία:

- Νομικό και ρυθμιστικό πλαίσιο παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών,
- Προσωπικά δεδομένα και ιδιωτικότητα,
- Ανάπτυξη ανταγωνισμού στις αγορές ηλεκτρονικών επικοινωνιών,
- Μοντέλα τεχνοοικονομικής ανάλυσης,
- Χρήση νέων τεχνολογιών στην εκπαίδευση.

7.2 Αναπληρωτής Καθηγητής, Ηλιάδης Γεώργιος



Είναι κάτοχος πτυχίου πληροφορικής. Μεταπτυχιακού τίτλου από το Πανεπιστήμιο Heriot-Watt Εδιμβούργου Σκωτίας και Διδακτορικού του Πανεπιστημίου Loughborough Αγγλίας.

Στα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνονται:

- Η Δημιουργική σχεδίαση συστημάτων,
- Νοητικά μοντέλα ηχητικού και μουσικού προγραμματισμού,
- Πολυμεσικές Βάσεις Δεδομένων και
- Πολιτισμική Πληροφορική.

Το τελευταίο διάστημα διευθύνει και συμμετέχει σε μια σειρά από έργα Πληροφορικής σχετιζόμενα με την φύση και τον πολιτισμό.

7.3 Αναπληρωτής Καθηγητής, Κονιδάρης Αγησίλαος



Είναι κάτοχος διπλώματος Μηχανικού Η/Υ και Πληροφορικής, Μεταπτυχιακού διπλώματος Ειδίκευσης (Master) στην Επιστήμη και την Τεχνολογία Υπολογιστών, και διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Μηχανικών Η/Υ και Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Πατρών.

Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν:

- Θέματα Τηλεματικής και Νέων Υπηρεσιών,
- Σχεδιασμός Βάσεων Δεδομένων,
- Θέματα Διαχείρισης εύρους ζώνης (Managed Bandwidth Services), και
- Θέματα απόδοσης πρωτοκόλλων Internet.

7.4 Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Αγγελική Σγώρα



Είναι κάτοχος πτυχίου του Τμήματος Μαθηματικών καθώς επίσης Μεταπτυχιακού και Διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν:

- την περιοχή των Δικτύων Επικοινωνιών και Κατανεμημένων Υπολογιστικών και Τηλεπικοινωνιακών Συστημάτων
- την περιοχή των Ασύρματων Δικτύων και Επικοινωνιών,
- την Υπολογιστική Νέφους
- τα Ασύρματα Δίκτυα Αισθητήρων.
- θέματα Ασφάλειας σε Δίκτυα Υπολογιστών, Τεχνολογιών Διαδικτύου, Ποιότητας Υπηρεσίας και Εμπειρίας, Software Defined Networks (SDN), καθώς και Υπολογιστικών Μονάδων Υψηλής Απόδοσης.

7.5 Μόνιμος Επίκουρος Καθηγητής, Αντωνόπουλος Νίκος



Είναι κάτοχος πτυχίου του Τμήματος Τεχνολογίας Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών του ΑΤΕΙ Λάρισας, του Μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών στην Πολιτισμική Πληροφορική και Επικοινωνία (Σχεδίαση Ψηφιακών Πολιτιστικών Προϊόντων) του Πανεπιστημίου Αιγαίου και Διδακτορικού διπλώματος από το Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Φοίτησε στη Σχολή Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης στο Ετήσιο Πρόγραμμα Παιδαγωγικής Κατάρτισης και έλαβε Πιστοποιητικό Παιδαγωγικής και Διδακτικής Επάρκειας. Τέλος, ολοκλήρωσε Μεταδιδακτορική υποτροφία από το ΑΠΘ την οποία ολοκλήρωσε με επιτυχία με θέμα το Digital Marketing..

Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν:

- Τη διαδικτυακή επικοινωνία,
- Τις νέες τεχνολογίες στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης,
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- Την επικοινωνία ανθρώπου-υπολογιστή,
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο,
- Την περιβαλλοντική επικοινωνία.

7.6 Μόνιμος Επίκουρος Καθηγητής, Αμπελιώτης Δημήτριος



Είναι κάτοχος Διπλώματος Μηχανικού Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και Πληροφορικής από την Πολυτεχνική Σχολή του Πανεπιστημίου Πατρών, επίσης Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης σε Συστήματα Επεξεργασίας Σημάτων και Εικόνων, και Διδακτορικού Διπλώματος από το Πανεπιστήμιο Πατρών στην περιοχή της Ψηφιακής Επεξεργασίας Σημάτων.

Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν:

- Κατανεμημένους αλγορίθμους βελτιστοποίησης για προβλήματα εκτίμησης, ανίχνευσης και μηχανικής μάθησης,
- Αλγορίθμους συμφωνίας (consensus) και μηχανισμούς εξάπλωσης πληροφορίας σε δίκτυα,
- Τεχνικές και αλγορίθμους αραιών αναπαραστάσεων και εκμάθησης λεξικών,
- Συνεργατική και μη-συνεργατική θεωρία παιγνίων,
- Εξομοίωση της διάδοσης πεδίων φωτός (Fourier Optics) και επίλυση αντίστροφων προβλημάτων (inverse problems) στην οπτική (σχεδιασμός ολογραφικών μασκών),
- Επεξεργασία υπερφασματικών και ιατρικών εικόνων (αφαίρεση θορύβου, αύξηση της ανάλυσης/super resolution, υποβοήθηση διάγνωσης),
- Διαχωρισμό φωτογραφιών από φωτορεαλιστικές συνθετικές εικόνες (computer graphics)

- Επεξεργασία τηλεπικοινωνιακών σημάτων (αλγόριθμοι επαναληπτικής ισοστάθμισης καναλιού).

7.7 Επίκουρη Καθηγήτρια, Καϊμάκη Βασιλική



Είναι κάτοχος διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου, μεταπτυχιακού διπλώματος του Πανεπιστημίου Παρίσι 8 Σεν Ντενίς, και πτυχίου από το Παρίσι 7 Ντενίς Ντιντερό.

Η Βάλια Καϊμάκη είναι δημοσιογράφος, εξειδικευμένη σε θέματα διεθνούς πολιτικής, διευθύντρια της Ελληνικής και Κυπριακής έκδοσης της Γαλλικής επιθεώρησης «Le Monde diplomatique».

Το πεδίο έρευνάς της στην δημοσιογραφία καλύπτει μεταξύ άλλων:

- τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης των νέων τεχνολογιών από τους δημοσιογράφους αλλά και από το κοινό,
- την παραγωγή περιεχομένου από μη επαγγελματίες δημοσιογράφους,
- την παραπληροφόρηση και την προπαγάνδα, καθώς και διαστάσεις της κοινής γνώμης.

7.8 Επίκουρη Καθηγήτρια, Γερακοπούλου Πατρίτσια



Η Πατρίτσια Γερακοπούλου είναι κάτοχος διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

Θεωρητικά τοποθετείται στο διεπιστημονικό πεδίο μεταξύ Κοινωνικής Ψυχολογίας, Ψυχοκοινωνιολογίας των ΜΜΕ, Κριτικής Θεωρίας, Σημειολογίας και Ψυχανάλυσης, και μεθοδολογικά επιλέγει την ποιοτική προσέγγιση στην κοινωνική έρευνα (αφηγήσεις ζωής, ερμηνευτική φαινομενολογική ανάλυση κτλ.).

Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα εστιάζουν:

- στη συγκρότηση και εξέλιξη της ψυχοκοινωνικής ταυτότητας στο πλαίσιο της μετανεωτερικότητας,
- στη μελέτη της συστηματικής κατανάλωσης πολιτισμικών προϊόντων (κόμικς, υπέρ ήρωες, τηλεοπτικές σειρές, επιστημονική φαντασία, ψηφιακά παιχνίδια κ.α.),
- στη μελέτη φαινομένων ψυχολογίας και επικοινωνίας των fans, των οπαδών και των κοινών (audiences) των μέσων και των ηρώων της μαζικής κουλτούρας και της ψηφιακής εποχής,
- στις κοινωνικές αναπαραστάσεις για την Τεχνητή Νοημοσύνη και τις ευρύτερες επεκτάσεις των νέων τεχνολογιών σε ζητήματα ταυτότητας, ομάδων και ψυχοκοινωνικών διεργασιών.

7.9 Επίκουρη Καθηγήτρια, Κατσαουνίδου Αναστασία



Η Αναστασία Κατσαουνίδου, αποφοίτησε από το Τμήμα Πολιτικών Επιστημών του ΑΠΘ και ολοκλήρωσε το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Δημοσιογραφία και Νέα Μέσα» στο Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του ΑΠΘ. Έλαβε το δίπλωμα διδακτορικών σπουδών της από το Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ).

Η εξειδίκευσή της επικεντρώνεται στους παράγοντες που οδηγούν το οικοσύστημα των μέσων σε απορρύθμιση. Ερευνά μεταξύ άλλων:

- την παραπληροφόρηση, τις αντιδεοντολογικές δημοσιογραφικές πρακτικές και τη δημοσιογραφία του τραύματος στην νέα ψηφιακή πραγματικότητα,
- την αξιολόγηση των διαθέσιμων προσεγγίσεων και την πρόταση κατάλληλων και βιώσιμων λύσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από δημοσιογράφους, ειδικούς των μέσων, διαφημιστές, πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και το κοινό για την εύρυθμη λειτουργία του σύγχρονου οικοσυστήματος των μέσων.

7.10 Επίκουρος Καθηγητής, Αθανάσιος Τσίπης



Είναι κάτοχος Πτυχίου στην Επιστήμη της Πληροφορικής, Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Πληροφορική, στην επιστημονική κατεύθυνση «Τεχνολογίες Πληροφορικής και Πληροφοριακά Συστήματα», καθώς και Διδακτορικού Διπλώματος, κατόπιν ολοκλήρωσης της διδακτορικής του διατριβής με θέμα «Βελτιστοποίηση Χρήσης Δικτυακών Πόρων σε Περιβάλλοντα Υπολογιστικού Νέφους», από το Τμήμα Πληροφορικής του ΙΠ.

Από το 2015 έχει αναπτύξει έντονη ερευνητική δραστηριότητα ως ερευνητικό μέλος του «Εργαστηρίου Δικτύων, Πολυμέσων και Ασφάλειας Συστημάτων» (NMSLab), συμμετέχοντας σε αναπτυξιακά και ερευνητικά έργα/προγράμματα, χρηματοδοτούμενα τόσο από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) όσο και από εθνικούς και ιδιωτικούς πόρους, στις περιοχές του Ψηφιακού Πολιτισμού και των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), καθώς και ως Μεταδιδακτορικός Ερευνητής στο Τμήμα Τεχνών Ήχου και Εικόνας του ΙΠ σε θέματα διάδρασης και εμπειρίας του χρήστη σε Εμβυθιστικά Περιβάλλοντα Ψηφιακής Τέχνης και Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Έχει διατελέσει Επιστημονικός Συνεργάτης για την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων και επιστημονικό μέλος της ομάδας εργασίας του Δήμου Κεντρικής Κέρκυρας και Διαποντίων Νήσων για την πρόταση της τοπικής Στρατηγικής Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης στο πλαίσιο του Προγράμματος «ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ» 2021-2027. Επιπλέον, έχει απασχοληθεί στο Τμήμα Δικτύων και Υπολογιστών και στο Τμήμα Πληροφοριακών Συστημάτων για τη Διεύθυνση Πληροφορικής και Δικτύων του ΙΠ. Έχει διδάξει ως εξωτερικός επιστημονικός συνεργάτης και μεταπτυχιακός υπότροφος σε προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών ενώ έχει υπηρετήσει και ως Ακαδημαϊκός Υπότροφος σε διάφορα Τμήματα του ΙΠ στο πλαίσιο προγραμμάτων απόκτησης ακαδημαϊκής διδακτικής εμπειρίας σε νέους επιστήμονες.

Το δημοσιευμένο του έργο περιλαμβάνει πληθώρα ερευνητικών εργασιών σε έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά και σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων με κρίση. Έχει προσκληθεί ο ίδιος ως κριτής ή συντάκτης σε διάφορα περιοδικά και συνέδρια και έχει συμμετάσχει σε σχετικές επιστημονικές επιτροπές. Το 2021 τιμήθηκε με το βραβείο καλύτερης δημοσίευσης από το 26th IEEE Symposium on Computers and Communications (IEEE ISCC 2021) για την εργασία του με τίτλο "Player Assignment in MEC Gaming for Social Interactivity and Server

Provisioning Optimization”, ενώ το 2024 ήταν αποδέκτης του βραβείου καλύτερης εργασίας από το 5ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς (EuroMed 2023) στην κατηγορία «Καλύτερες Πρακτικές στην Ψηφιακή Πολιτιστική Κληρονομιά 2023 Φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης» για την εργασία του με τίτλο «Εναλλακτικές Πραγματικότητες και Ψηφιακές Εφαρμογές για την Ανάδειξη Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς: Η περίπτωση της Κέρκυρας και του έργου v-Corfu».

Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα εντάσσονται στις περιοχές του Ψηφιακού Πολιτισμού, της Εκπαιδευτικής Τεχνολογίας, των Έξυπνων Πόλεων και της Αλληλεπίδρασης Ανθρώπου-Υπολογιστή, με έμφαση σε θέματα σχετικά με:

- Εμβυθιστικές Εμπειρίες και Εκτεταμένη Πραγματικότητα (Εικονική, Επαυξημένη και Μικτή) – XR (VR, AR, MR)
- Τριδιάστατες Τεχνολογίες και Μοντελοποίηση 2D/3D Γραφικών
- Εικονικούς Κόσμους, Εικονικά Περιβάλλοντα και Εικονικά Μουσεία
- Διάδραση, Διεπαφή και Εμπειρία Χρήστη (UI/UX)
- Διαδραστικά Πολυμέσα και Νέες Τεχνολογίες
- Εκπαιδευτικό και Ψυχαγωγικό Λογισμικό
- Video Games, Serious Games, Cloud/Edge Gaming, και Gamification
- Τεχνολογίες Διαδικτύου και Κινητές Εφαρμογές
- Τεχνητή Νοημοσύνη και Βελτιστοποίηση Απόδοσης
- Ποιότητα Υπηρεσίας (QoS) και Ποιότητα Εμπειρίας (QoE)

7.11 Λέκτορας Εφαρμογών, Κουμπάρηλης Ανάργυρος



Είναι κάτοχος πτυχίων Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οικονομικών από το Α.Τ.Ε.Ι. Ηρακλείου Κρήτης και Πανεπιστημίου Μακεδονίας αντίστοιχα. Μεταπτυχιακού διπλώματος από το Department of Social Sciences and Anthropology, University of Durham.

Τα ερευνητικά μου ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν τα εξής:

- Τη διαφημιστική επικοινωνία, σε όλες τις μορφές και τις θεματικές της: Τηλεοπτική, ραδιοφωνική και έντυπη διαφήμιση, Εμπορική, Πολιτική και Κοινωνική Διαφήμιση.
- Τη μελέτη της εξέλιξης της ελληνικής έντυπης διαφήμισης, το περιεχόμενο της οποίας επιδιώκει να συνδέσει με τη μετάβαση της ελληνικής οικονομίας από τον πρωτογενή στον τριτογενή τομέα.
- Την πορεία εξέλιξης της έντυπης τεχνολογίας και το αισθητικό της αποτύπωμα στην καταγραφή της καταναλωτικής συμπεριφοράς
- Τέλος, τη σύνδεση όλων των παραπάνω με το Μάρκετινγκ και τη Στρατηγική Επικοινωνίας προϊόντων (κάθε είδους) και υπηρεσιών (κυρίως στον τουρισμό και στον πολιτισμό).

7.12 Λέκτορας Εφαρμογών, Πετράκης Κωνσταντίνος



Είναι κάτοχος πτυχίου Κοινωνιολογίας καθώς και διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Επικοινωνίας & ΜΜΕ (σήμερα Επικοινωνίας Μέσων και Πολιτισμού), του Παντείου Πανεπιστημίου.

Τα επιστημονικά του ενδιαφέροντα σχετίζονται με:

- τον ευρύτερο χώρο της θεωρίας της επικοινωνίας,
- την εφαρμοσμένη επικοινωνία.

8. Διδακτικό προσωπικό – Μέλη ΕΔΙΠ

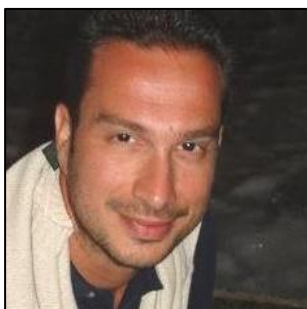
8.1 Παρίση Ευαγγελία



Είναι κάτοχος πτυχίου Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων Α.Τ.Ε.Ι. Ηρακλείου Κρήτης, πτυχίου από τη ΣΕΛΕΤΕ – ΠΑΤΕΣ Ιωαννίνων στην Παιδαγωγική κατάρτιση. Είναι επίσης, είναι κάτοχος μεταπτυχιακού από το Τμήμα Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου καθώς και Διδακτορικού Διπλώματος από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα επικεντρώνονται σε θέματα τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αναπτύσσει στα θέματα της ολοκληρωμένης διαχείρισης του νησιωτικού χώρου και στην μελέτη της τουριστικής ικανοποίησης σε νησιώτικους προορισμούς.

8.2 Πανός Γεράσιμος



Είναι κάτοχος πτυχίου BA (honours) in Business Studies του University of Wolverhampton. Επίσης, κατέχει μεταπτυχιακό δίπλωμα (PgDip) και Μάστερ (MSc) ειδίκευσης, από το London South Bank University. Είναι υποψήφιος διδάκτορας του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πατρών.

Οι περιοχές επιστημονικού και ερευνητικού του ενδιαφέροντος είναι:

- Η επικοινωνιακή προώθηση του Τουρισμού και ειδικότερα του Ιατρικού Τουρισμού (Medical Tourism),
- Η δημιουργία νέων προϊόντων (New Product Development),
- Το μάρκετινγκ νέων προϊόντων (Marketing New Products),
- Η επικοινωνιακή στήριξη νέων προϊόντων σε νέες αγορές (Marketing Communications in New Markets) και προώθηση και στήριξή τους στην αγορά με κύριο εργαλείο τις

επικοινωνίες του μάρκετινγκ (Integrated Marketing Communications) και τις Δημόσιες Σχέσεις (Public Relations).

9. Μέλη Ε.Τ.Ε.Π.

9.1 Νεοφύτου Σοφία



Είναι κάτοχος πτυχίου του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Πάτρας.

9.2 Ντούκα Μοντεσάντου Μαγδαληνή



Είναι κάτοχος πτυχίου Μουσειολογίας - Μουσειογραφίας και Σχεδιασμού Εκθέσεων του ΑΤΕΙ Πατρών. Κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο από το Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου στην «Ειδική (Ενιαία) Εκπαίδευση» και είναι υποψήφια διδάκτορας στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου με γνωστικό αντικείμενο τον Ψηφιακό Πολιτισμό.

10. Διδάσκοντες Απόκτησης Ακ. Εμπειρίας (ΕΣΠΑ)

- Δρ. Νικόλαος Κατσουλώτος (2024-25)
- Δρ. Ζαχαρένια Πιλιτσίδου (2024-25)
- Δρ. Δήμητρα Τσέλα (2024-25)
- Δρ. Κατερίνα Χρυσανθοπούλου (2024-25)

11. Εντεταλμένοι Διδάσκοντες

- Δρ. Ματίνα Κιουρεξίδου (2024-25)

12. Ακαδημαϊκοί Υπότροφοι

- Ευάγγελος Θωμάτος
- Γεράσιμος Σταματελάτος
- Ερατώ Κουστουμπάρδη
- Ευάγγελος Λάμπρου
- Δημήτριος Σμαίλης
- Κωνσταντίνος Κίωσης
- Βασίλειος Καπετάνιος
- Αλεξάνδρα Μαρίνου

13. Προπτυχιακές Σπουδές

13.1 Εισαγωγικά

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, παρέχει ένα προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών το οποίο έχει δομηθεί με βάση τα διεθνή ακαδημαϊκά πρότυπα προκειμένου να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ενός σύγχρονου και ελκυστικού Πανεπιστημιακού Τμήματος. Τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα γνωστικών περιοχών οι οποίες σχετίζονται με τις επιστήμες της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων, προκειμένου οι απόφοιτοι του Τμήματος να αποκτήσουν επιστημονικές γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες οι οποίες θα τους εξασφαλίσουν μια επιτυχημένη πορεία μετά την αποφοίτησή τους από το Τμήμα.

13.2 Δομή Προγράμματος Σπουδών

13.2.1 Γενικά

Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος περιλαμβάνει οκτώ (8) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: Τα Υποχρεωτικά (Υ) και τα Επιλογής Υποχρεωτικά (ΕΥ). Υποχρεωτικά χαρακτηρίζονται τα μαθήματα για τα οποία η επιτυχής εξέτασή τους είναι υποχρεωτική για τη λήψη του πτυχίου. Επιλογής Υποχρεωτικά είναι μαθήματα για τα οποία οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ορισμένα από αυτά προκειμένου να συμπληρώσουν τον απαιτούμενο αριθμό μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου. Ορισμένα μαθήματα (Υ και ΕΥ) περιέχουν και εργαστηριακό μέρος του οποίου η παρακολούθηση είναι υποχρεωτική από τους φοιτητές. Στο πρόγραμμα σπουδών περιέχεται και η πτυχιακή εργασία, η εκπόνηση της οποίας είναι υποχρεωτική για την λήψη του πτυχίου. Επιπλέον προσφέρεται και η δυνατότητα πραγματοποίησης τρίμηνης πρακτικής άσκησης, η οποία δεν είναι υποχρεωτική. Για τους φοιτητές οι οποίοι θα επιλέξουν να κάνουν πρακτική άσκηση, ο συνολικός απαιτούμενος αριθμός μαθημάτων για την λήψη πτυχίου μειώνεται κατά δύο (2) (δύο λιγότερα μαθήματα της κατηγορίας Επιλογής Υποχρεωτικά), όπως αναλυτικά περιγράφεται σε επόμενη ενότητα.

Στα τέσσερα πρώτα εξάμηνα σπουδών το σύνολο των διδασκόμενων μαθημάτων είναι υποχρεωτικά (Υ). Από το πέμπτο εξάμηνο και μετά, στο πρόγραμμα σπουδών, περιέχονται και μαθήματα Επιλογής Υποχρεωτικά (ΕΥ) από τα οποία οι φοιτητές καλούνται να επιλέξουν έναν συγκεκριμένο αριθμό που ορίζεται σύμφωνα με τους κανόνες των δηλώσεων μαθημάτων όπως αυτοί περιγράφονται σε επόμενη ενότητα.

Επισημαίνεται ότι το υφιστάμενο προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών είναι σε λειτουργία από τον Οκτώβριο του 2019.

13.2.2. Πιστωτικές – Διδακτικές Μονάδες

Όλα τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών αντιστοιχίζονται σε πιστωτικές μονάδες (ECTS - European Credit Transfer and Accumulation System) με κριτήριο τις μαθησιακές διαδικασίες και το φόρτο εργασίας των μαθημάτων. Πιστωτικές μονάδες αντιστοιχίζονται και στην πτυχιακή εργασία καθώς επίσης και στην πρακτική άσκηση. Κάθε μάθημα του προγράμματος σπουδών αντιστοιχεί σε πέντε (5) πιστωτικές μονάδες, η πτυχιακή εργασία αντιστοιχεί σε δεκαπέντε (15) πιστωτικές μονάδες, ενώ η πρακτική σε δέκα (10) πιστωτικές μονάδες. Για τη λήψη του πτυχίου είναι απαραίτητη η συγκέντρωση 240 ECTS.

Τα μαθήματα καθώς επίσης και η πτυχιακή εργασία αντιστοιχίζονται και σε Διδακτικές Μονάδες (ΔΜ). Κάθε μάθημα του προγράμματος σπουδών αντιστοιχίζεται σε τρεις (3) ΔΜ, ενώ η πτυχιακή εργασία αντιστοιχεί σε εννέα (9) ΔΜ. Η Πρακτική Άσκηση δεν αντιστοιχίζεται σε Διδακτικές Μονάδες. Για την λήψη του πτυχίου είναι απαραίτητη η συγκέντρωση 144 ΔΜ για την περίπτωση όπου ένας φοιτητής δεν κάνει πρακτική άσκηση ή 138 ΔΜ στην περίπτωση όπου ένας φοιτητής κάνει πρακτική άσκηση.

13.2.3. Κανόνες δηλώσεων

Σε κάθε ένα από τα πρώτα έξι εξάμηνα σπουδών ο ελάχιστος αριθμός μαθημάτων που οφείλει να δηλώνει ένας φοιτητής είναι έξι (6) μαθήματα, στο έβδομο εξάμηνο, πέντε (5) μαθήματα, ενώ στο όγδοο εξάμηνο είναι τέσσερα (4) μαθήματα. Στα δύο πρώτα εξάμηνα σπουδών (Α και Β) προσφέρονται από έξι (6) υποχρεωτικά (Υ) μαθήματα ενώ οι φοιτητές δεν μπορούν να δηλώσουν μαθήματα από μεγαλύτερα εξάμηνα. Στα υπόλοιπα εξάμηνα σπουδών (Γ, Δ, Ε, ΣΤ, Ζ και Η) οι φοιτητές μπορούν να δηλώσουν το μέγιστο έως εννέα (9) μαθήματα, δηλώνοντας πρώτα είτε τα χρωστούμενα μαθήματα και στη συνέχεια τα μαθήματα του τυπικού τους εξαμήνου είτε το αντίστροφο. Έχοντας δηλώσει όλα τα χρωστούμενα μαθήματα και όλα τα μαθήματα του τυπικού τους εξαμήνου οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα, εφόσον το επιθυμούν, να δηλώσουν και μαθήματα μεγαλύτερου εξαμήνου αρκεί ο συνολικός αριθμός των δηλούμενων μαθημάτων να μην υπερβαίνει τον αριθμό εννέα (9). Σε καμία περίπτωση οι φοιτητές δεν μπορούν να δηλώσουν μαθήματα εξαμήνου μεγαλύτερου από το τυπικό τους, εάν προηγουμένως δεν έχουν δηλώσει όλα τα χρωστούμενα μαθήματα και όλα τα μαθήματα του τυπικού τους εξαμήνου. Οι φοιτητές που βρίσκονται στο ένατο εξάμηνο σπουδών ή μεγαλύτερο, έχουν τη δυνατότητα να δηλώσουν έως δώδεκα (12) μαθήματα το εξάμηνο. Στο έβδομο και όγδοο εξάμηνο σπουδών οι φοιτητές οφείλουν να δηλώνουν και την πτυχιακή εργασία, ενώ εκείνοι που θα επιλέξουν να κάνουν και πρακτική άσκηση οφείλουν να την δηλώσουν είτε στο έβδομο είτε στο όγδοο εξάμηνο είτε σε μεγαλύτερο εξάμηνο σπουδών. Στις ενότητες που ακολουθούν περιγράφονται αναλυτικά οι διαδικασίες δήλωσης της πτυχιακής εργασίας και της πρακτικής άσκησης.

13.2.4. Πτυχιακή

Στο έβδομο (Ζ) εξάμηνο σπουδών οι φοιτητές πέραν των μαθημάτων τους είναι υποχρεωμένοι να δηλώσουν και πτυχιακή εργασία. Η πτυχιακή εργασία εκπονείται κατά τη διάρκεια του έβδομου (Ζ) και όγδοου (Η) εξαμήνου και η ολοκλήρωσή της είναι υποχρεωτική για τη λήψη του πτυχίου. Η πτυχιακή εργασία θα πρέπει να έχει ολοκληρωθεί εντός του όγδοου (Η) εξαμήνου σπουδών. Δύναται να παραταθεί για ένα ακαδημαϊκό εξάμηνο κατόπιν κατάθεσης σχετικής αίτησης από τον φοιτητή και αποδοχής της από τον επιβλέποντα καθηγητή. Φοιτητές οι οποίοι δεν ολοκληρώνουν εμπροθέσμως την πτυχιακή τους εργασία θα πρέπει να την δηλώσουν εκ νέου στο επόμενο ακαδημαϊκό εξάμηνο. Οι μονάδες ECTS που αντιστοιχεί η πτυχιακή είναι πέντε (5) ECTS για το έβδομο (Ζ) εξάμηνο και δέκα (10) ECTS για το όγδοο (Η) εξάμηνο.

13.2.5. Πρακτική άσκηση

Από το έβδομο (Ζ) εξάμηνο σπουδών και πάνω οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να κάνουν πρακτική άσκηση. Η χρονική διάρκεια της πρακτικής άσκησης μπορεί να είναι από τρεις έως έξι μήνες και προσδιορίζεται στη σχετική σύμβαση που υπογράφεται μεταξύ του φορέα και του Τμήματος. Η πρακτική άσκηση δεν είναι υποχρεωτική αλλά είναι επιλογής (Ε). Οι μονάδες ECTS που αντιστοιχεί η πρακτική είναι δέκα (10), ενώ δε λαμβάνεται υπόψη για τον υπολογισμό του βαθμού του πτυχίου. Η πρακτική άσκηση αντιστοιχεί σε δύο (2) μαθήματα επιλογής υποχρεωτικά (ΕΥ). Επομένως για τους φοιτητές οι οποίοι θα επιλέξουν να κάνουν πρακτική άσκηση απαιτούνται δύο (2) μαθήματα επιλογής υποχρεωτικά (ΕΥ) λιγότερα για την λήψη πτυχίου, σε σύγκριση με τον αριθμό μαθημάτων επιλογής υποχρεωτικά που απαιτούνται για τη λήψη πτυχίου για τους φοιτητές οι οποίοι δεν θα κάνουν πρακτική άσκηση. Περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με την πρακτική άσκηση μπορείτε να βρείτε στην Ενότητα 16.

13.2.6. Λήψη πτυχίου

Για τη λήψη πτυχίου απαιτείται η φοίτηση και στα οκτώ εξάμηνα σπουδών. Επιπλέον απαιτείται η επιτυχής εξέταση σε σαράντα πέντε (45) μαθήματα εκ των οποίων τα τριάντα δύο (32) είναι Υποχρεωτικά και τα δεκατρία (13) είναι Επιλογής Υποχρεωτικά. Επιπρόσθετα απαιτείται η επιτυχής εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας. Στην περίπτωση όπου ένας φοιτητής

επιλέξει να κάνει πρακτική άσκηση τότε τα απαιτούμενα μαθήματα επιλογής υποχρεωτικά για τη λήψη πτυχίου μειώνονται από δεκατρία (13) σε έντεκα (11). Ο βαθμός πτυχίου υπολογίζεται από τους βαθμούς επιτυχούς εξέτασης των σαράντα πέντε (45) μαθημάτων (32Υ και 13ΕΥ) και της πτυχιακής εργασίας στην περίπτωση όπου ένας φοιτητής δεν κάνει πρακτική άσκηση, ή τους βαθμούς επιτυχούς εξέτασης των σαράντα τριών (43) μαθημάτων (32Υ και 11ΕΥ) και της πτυχιακής εργασίας στην περίπτωση όπου ένας φοιτητής επιλέξει να κάνει και πρακτική άσκηση. Και στις δύο ανωτέρω περιπτώσεις η βαρύτητα των βαθμών των εκάστοτε μαθημάτων και της πτυχιακής εργασίας προσδιορίζεται από τις πιστωτικές μονάδες (ECTS) των αντίστοιχων μαθημάτων και της πτυχιακής.

Σε κάθε μάθημα ο βαθμός καταχωρείται με προσέγγιση ενός δεκαδικού (στρογγυλοποιείται στο πρώτο δεκαδικό), ενώ ο βαθμός πτυχίου υπολογίζεται και καταχωρείται με προσέγγιση δύο δεκαδικών (στρογγυλοποιείται στο δεύτερο δεκαδικό). Ο μαθηματικός τύπος για τον υπολογισμό του βαθμού του πτυχίου είναι ο ακόλουθος:

$$B = \frac{B_{\pi} \times \Pi_{\pi} + \sum_{i=1}^n B_i \times \Pi_i}{\Pi_{\pi} + \sum_{i=1}^n \Pi_i}$$

Όπου:

B : Τελικός βαθμός πτυχίου,

B_{π} : Βαθμός πτυχιακής εργασίας,

Π_{π} : Πιστωτικές μονάδες πτυχιακής εργασίας,

B_i : Βαθμός i μαθήματος,

Π_i : Πιστωτικές μονάδες i μαθήματος,

n : Πλήθος μαθημάτων τα οποία απαιτούνται για τη λήψη πτυχίου.

13.2.7. Αξιολόγηση Μαθημάτων

Η αξιολόγηση επίδοσης σε κάθε μάθημα μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους διάφορους τρόπους:

- Τελική Γραπτή εξέταση
- Τελική Προφορική εξέταση (Στην περίπτωση όπου ο/η διδάσκων/διδάσκουσα έχει λάβει σχετική έγκριση από τη συνέλευση του Τμήματος)
- Γραπτή/ές εργασία/ες κατά τη διάρκεια του εξαμήνου
- Συνδυασμός δύο ή και περισσότερων από τις παραπάνω μεθόδους

Ο καθορισμός του τρόπου και της διαδικασίας αξιολόγησης του κάθε μαθήματος αποτελεί ευθύνη του/της διδάσκοντα/ουσας του μαθήματος.

Σε περίπτωση φοιτητών με μαθησιακές δυσκολίες, οι οποίες έχουν πιστοποιηθεί από τα αρμόδια όργανα, προβλέπεται η δυνατότητα προφορικής εξέτασης ή άλλης πρόσφορης μορφής δοκιμασίας, χωρίς προηγούμενη έγκριση από τη συνέλευση του Τμήματος.

13.2.8. Βαθμολογία

Το βαθμολογικό σύστημα είναι αριθμητικό και δεκαβάθμιο (0-10). Ο ελάχιστος προαγώγιμος βαθμός είναι το 5.0.

Βαθμός	Χαρακτηρισμός
10 – 8.50	ΑΡΙΣΤΑ
8.49 – 6.50	ΛΙΑΝ ΚΑΛΩΣ
6.49 – 5.0	ΚΑΛΩΣ
<5.0	ΑΠΟΤΥΧΙΑ

Η βαθμολογία κάθε μαθήματος καταγράφεται στο ηλεκτρονικό φοιτητολόγιο (<https://dias.ionio.gr/>) εντός περίπου μίας εβδομάδας από την ολοκλήρωση της εκάστοτε εξεταστικής περιόδου, όπως αυτή ορίζεται από το ακαδημαϊκό ημερολόγιο του Ιδρύματος.

13.2.9. Βελτίωση βαθμολογίας μαθημάτων

Κάθε φοιτητής/φοιτήτρια έχει δικαίωμα να αιτηθεί προς τη Γραμματεία του Τμήματος τη συμμετοχή του σε εξετάσεις μαθήματος το οποίο έχει εξετασθεί επιτυχώς με σκοπό τη βελτίωση της βαθμολογίας. Ο/Η φοιτητής/φοιτήτρια διατηρεί δικαίωμα βελτίωσης βαθμολογίας στο θεωρητικό μέρος μαθήματος σε έως πέντε (5) μαθήματα συνολικά στη διάρκεια των σπουδών του και μία μόνο φορά ανά μάθημα. Μεταξύ των βαθμών της εξέτασης και της επανεξέτασης που θα λάβει ο φοιτητής, επιλέγεται ο μεγαλύτερος από τους δύο. Για την συμμετοχή του στις εξετάσεις ο φοιτητής οφείλει να στείλει με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (από τον ιδρυματικό του λογαριασμό) προς τη Γραμματεία του Τμήματος συμπληρωμένη την σχετική αίτηση υποδεικνύοντας τα μαθήματα στα οποία επιθυμεί να συμμετάσχει στις εξετάσεις της επόμενης εξεταστικής περιόδου. Το μήνυμα θα πρέπει να έχει σταλεί τουλάχιστον δύο εβδομάδες πριν από την έναρξη της εξεταστικής περιόδου¹.

Η Γραμματεία θα ενημερώνει σχετικά τους καθηγητές των μαθημάτων στα οποία θα συμμετάσχουν φοιτητές για βελτίωση της βαθμολογίας τους πριν από την έναρξη της εξεταστικής περιόδου. Στην περίπτωση όπου φοιτητής έχει υπερβεί το όριο των πέντε μαθημάτων ή της μιας προσπάθειας ανά μάθημα δεν θα λαμβάνεται υπόψη ο βαθμός της επανεξέτασης.*

13.2.10. Χορήγηση βεβαίωσης ψηφιακών δεξιοτήτων

Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου προσφέρει αρκετά μαθήματα ψηφιακών δεξιοτήτων, και χορηγεί σχετική βεβαίωση σε κάθε ενδιαφερόμενο/η φοιτητή/φοιτήτρια. Η βεβαίωση αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να πιστοποιηθεί πως ο/η φοιτητής/φοιτήτρια γνωρίζει επαρκώς τη χρήση υπολογιστών και συναφών τεχνολογιών.

13.2.11. Παράρτημα Διπλώματος - Πίνακας αντιστοίχισης βαθμολογίας ECTS

Για την αντιστοίχιση των βαθμολογιών των μαθημάτων με βαθμολογίες ECTS οι οποίες εμφανίζονται στο Παράρτημα Διπλώματος, το Τμήμα έχει προχωρήσει σε στατιστική ανάλυση των δεδομένων του φοιτητολογίου σχετικά με τις βαθμολογίες των μαθημάτων.

¹ Μόνο για την εξεταστική του Ιουνίου η σχετική περίοδος καθορίζεται σε μία εβδομάδα πριν από την έναρξη της εξεταστικής.

Η κλίμακα ECTS διαρθρώθηκε σύμφωνα με τους ακόλουθους κανόνες:

- Ο βαθμός Α αντιστοιχεί στους βαθμούς που δόθηκαν στο ψηλότερο 10% των φοιτητών.
- Ο βαθμός Β αντιστοιχεί στους βαθμούς που δόθηκαν στο επόμενο 25%.
- Ο βαθμός Γ αντιστοιχεί στους βαθμούς που δόθηκαν στο επόμενο 30%.
- Ο βαθμός Δ αντιστοιχεί στους βαθμούς που δόθηκαν στο επόμενο 25%.
- Ο βαθμός Ε αντιστοιχεί στους βαθμούς που δόθηκαν στο τελικό 10%.

14. Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών Ακαδ. Έτους 2025-2026

Το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος περιλαμβάνει οκτώ (8) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Τα μαθήματα του προγράμματος σπουδών χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: Τα Υποχρεωτικά (Υ) και τα Επιλογής Υποχρεωτικά (ΕΥ). Υποχρεωτικά χαρακτηρίζονται τα μαθήματα για τα οποία η επιτυχής εξέτασή τους είναι υποχρεωτική για τη λήψη του πτυχίου. Επιλογής Υποχρεωτικά είναι μαθήματα για τα οποία οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ορισμένα από αυτά προκειμένου να συμπληρώσουν τον απαιτούμενο αριθμό μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου. Ορισμένα μαθήματα (Υ και ΕΥ) περιέχουν και εργαστηριακό μέρος του οποίου η παρακολούθηση είναι υποχρεωτική από τους φοιτητές. Επιπρόσθετα, τα μαθήματα κατηγοριοποιούνται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- ΓΥ: Μαθήματα γενικού υποβάθρου ή θεμελίωσης στις βασικές επιστήμες ή τέχνες. Τα μαθήματα αυτά παρέχουν την αναγκαία επιστημονική γνώση για την κατανόηση του επιστημονικού πεδίου του Προγράμματος Σπουδών,
- ΕΥ: Μαθήματα ειδικού υποβάθρου ή μαθήματα κορμού. Τα μαθήματα αυτά παρέχουν γνώσεις οι οποίες εντάσσονται άμεσα στο επιστημονικό / καλλιτεχνικό πεδίο του Προγράμματος Σπουδών,
- ΕΓ: Μαθήματα εμβάθυνσης/εμπέδωσης γνώσεων της ειδικότητας του επιστημονικού / καλλιτεχνικού πεδίου και
- ΑΔ: Μαθήματα ανάπτυξης δεξιοτήτων.

Η δομή του Π.Π.Σ. του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας περιγράφεται από τους πίνακες που ακολουθούν:

Πρώτο (Α) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
101Υ	Αρχές Επικοινωνίας	Υ	ΓΥ	4		5
102Υ	Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα	Υ	ΓΥ	4		5
103Υ	Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών	Υ	ΓΥ	4		5
104Υ	Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης I	Υ	ΕΥ	4		5
105Υ	Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών	Υ	ΓΥ	2	2	5
106Υ	Τεχνολογίες Διαδικτύου	Υ	ΕΥ	2	2	5

Δεύτερο (Β) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
201Υ	Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία	Υ	ΓΥ	4		5
202Υ	Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία	Υ	ΓΥ	4		5
203Υ	Αρχές Μάρκετινγκ	Υ	ΓΥ	4		5
204Υ	Ανάλυση Δεδομένων και Επικοινωνία I	Υ	ΓΥ	4		5
205Υ	Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation	Υ	ΓΥ	2	2	5
206Υ	Κινητές Τεχνολογίες	Υ	ΓΥ	2	2	5

Τρίτο (Γ) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
301Y	Εισαγωγή στη Διαφήμιση	Y	ΓΥ	4		5
302Y	Δημόσιες Σχέσεις	Y	ΓΥ	4		5
303Y	Ανάλυση Δεδομένων και Επικοινωνία II	Y	ΕΥ	4		5
304Y	Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή I	Y	ΕΥ	4		5
305Y	Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης II	Y	ΕΥ	2	2	5
306Y	Παραγωγή Οπτικοακουστικών Μέσων	Y	ΕΥ	2	2	5

Τέταρτο (Δ) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
401Y	Επιχειρησιακές Επικοινωνίες	Y	ΕΥ	4		5
402Y	Πλαίσιο Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών	Y	ΕΥ	4		5
403Y	Πληροφορικά Συστήματα Μάρκετινγκ	Y	ΕΥ	4		5
404Y	Τουρισμός και Τεχνολογία	Y	ΕΥ	4		5
405Y	Διαδικτυακή Δημοσιογραφία	Y	ΕΥ	2	2	5
406Y	Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή II	Y	ΕΥ	2	2	5

Πέμπτο (Ε) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
501Y	Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας	Y	ΕΥ	4		5
502Y	Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων	Y	ΕΥ	2	2	5
503Y	Ψηφιακό Μάρκετινγκ I	Y	ΕΥ	2	2	5
Επιλογή 3 από τα 6						
504ΕΥ	Πολιτική Επικοινωνία	ΕΥ	ΕΥ	3		5
505ΕΥ	Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας	ΕΥ	ΕΥ	3		5
506ΕΥ	Πολιτισμός και Παγκοσμιοποίηση	ΕΥ	ΕΥ	3		5
507ΕΥ	Επικοινωνία και Αφήγηση	ΕΥ	ΕΥ	3		5
508ΕΥ	Ψηφιακή Οικονομία	ΕΥ	ΕΥ	3		5
509ΕΥ	Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή III	ΕΥ	ΕΥ	3		5

Έκτο (ΣΤ) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Υ/ΕΥ	Κατ.	Θ	Ε	ECTS
---------	------------------	------	------	---	---	------

601Y	Προσωπικά Δεδομένα και Ιδιωτικότητα	Y	EY	4		5
602Y	Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Διαδίκτυο	Y	EY	4		5
603Y	Στατιστικές Μέθοδοι και Εφαρμογές	Y	EY	2	2	5
Επιλογή 2 από τα 4						
604EY	Διοίκηση Έργων	EY	EY	3		5
605EY	Ψηφιακές Τέχνες και Ψυχαγωγία	EY	EY	3		5
606EY	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	EY	EY	3		5
607EY	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Δημοσιογραφία	EY	EY	3		5
Επιλογή 1 από τα 2						
608EY	Ψηφιακό Μάρκετινγκ II	EY	EY	3	2	5
609EY	Ηλεκτρονικό Εμπόριο	EY	EY	3	2	5

Έβδομο (Ζ) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Y/EY	Κατ.	Θ	E	ECTS
701Y	Συγγραφή Ερευνητικής Μελέτης	Y	EY	4		5
Επιλογή 3 από τα 6						
702EY	Ψηφιακή Αφηγηματολογία	EY	EΓ	3		5
703EY	Διαχείριση Κρίσεων	EY	EΓ	3		5
704EY	Κοινωνική Ψυχολογία	EY	EΓ	3		5
705EY	Τουριστικό Μάρκετινγκ	EY	EY	3		5
706EY	Οπτικός Πολιτισμός και Σημειολογία	EY	EY	3		5
707EY	Κοινωνιολογία του Διαδικτύου	EY	EY	3		5
Επιλογή 1 από τα 3						
708EY	Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία	EY	EY	2	2	5
709EY	Ψηφιακές Γραφικές Αναπαραστάσεις Επικοινωνίας	EY	EY	2	2	5
710EY	Δίκτυα Υπολογιστών και Υπηρεσίες	EY	EΓ	2	2	5
799Y	Πτυχιακή Εργασία	Y				5 ²
798 ^E	Πρακτική Άσκηση	E				5 ³

Όγδοο (Η) Εξάμηνο Σπουδών

Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Y/EY	Κατ.	Θ	E	ECTS
---------	------------------	------	------	---	---	------

² Οι μονάδες ECTS της πτυχιακής εργασίας επιμερίζονται στο έβδομο και το όγδοο εξάμηνο, ώστε το άθροισμά τους να είναι 15.

³ Οι μονάδες ECTS της πρακτικής άσκησης επιμερίζονται στο έβδομο και το όγδοο εξάμηνο, ώστε το άθροισμά τους να είναι 10.

801Y	Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση	Y	EY	4		5
Επιλογή 2 από τα 4						
802EY	Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα	EY	EΓ	3		5
803EY	Ψηφιακά Μέσα στην Εκπαίδευση	EY	EΓ	3		5
804EY	Περιβαλλοντική Επικοινωνία	EY	EΓ	3		5
805EY	Τεχνητή Νοημοσύνη	EY	EΓ	3		5
Επιλογή 1 από τα 3						
806EY	Δημοσιογραφία Δεδομένων	EY	EΓ	2	2	5
807EY	Τρισδιάστατες (3D) Αναπαραστάσεις	EY	ΑΔ	2	2	5
808EY	Ψηφιακά Παιχνίδια και Μάθηση	EY	ΑΔ	2	2	5
799Y	Πτυχιακή εργασία	Y				10 ⁴
798E	Πρακτική άσκηση	E				5 ⁵

14.1 Περιεχόμενο μαθημάτων

Ακολούθως περιγράφονται αναλυτικά τα μαθήματα του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Ακ. Έτους 2025-2026, καθώς και τα μαθησιακά τους αποτελέσματα.

14.1.1. Μαθήματα Α΄ Εξαμήνου

Αρχές Επικοινωνίας

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 επικοινωνιακών στοιχείων. Σκοπός του μαθήματος είναι η αναλυτική εξέταση του ζητήματος 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.

Στο μάθημα γίνεται μία πρώτη προσέγγιση της έρευνας σε θέματα επικοινωνίας, προκειμένου οι φοιτητές από το πρώτο έτος να έχουν μια πρώτη επαφή με τον ευρύτατο χώρο της έρευνας στην κοινωνιολογία της επικοινωνίας και του πολιτισμού.

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

- Μια γενική εποπτεία της κοινωνιολογίας ως μέσο για την παρατήρηση και εκμάθηση φαινομένων επικοινωνίας.
- Μια γενική άποψη της ιστορίας των θεωριών επικοινωνιολογίας και κοινωνιολογίας της επικοινωνίας.

⁴ Οι μονάδες ECTS της πτυχιακής εργασίας επιμερίζονται στο έβδομο και το όγδοο εξάμηνο, ώστε το άθροισμά τους να είναι 15.

⁵ Οι μονάδες ECTS της πρακτικής άσκησης επιμερίζονται στο έβδομο και το όγδοο εξάμηνο, ώστε το άθροισμά τους να είναι 10.

- Τους σύγχρονους προβληματισμούς σε σχέση με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και τις αντίστοιχες θεωρητικές προσεγγίσεις.
- Το συνδυασμό θεωρητικών μοντέλων και πρακτικών εφαρμογών σε σχέση με την επικοινωνία, τα ΜΜΕ και τον πολιτισμό.

Αγγλική Ορολογία στα Ψηφιακά Μέσα

Το μάθημα της Αγγλικής Ορολογίας έρχεται να καλύψει την επιτακτική ανάγκη της εξοικείωσης με την παγκόσμια γλώσσα και τη γλώσσα της ψηφιακής τεχνολογίας, την Αγγλική. Η επιλογή του Α' εξαμήνου έχει γίνει για το λόγο ακριβώς της έγκαιρης κάλυψης αυτής της αναγκαιότητας, ούτως ώστε οι φοιτητές να μπορέσουν με το εφόδιο της επαγγελματικής ορολογίας να διατρέξει με άνεση το Πρόγραμμα Σπουδών.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών με την ορολογία, τις συντομογραφίες, τα αρκτικόλεξα και γενικά την Αγγλική γλώσσα που χρησιμοποιείται στα Ψηφιακά Μέσα και στο ευρύτερο πλαίσιο της σύγχρονης Εφαρμοσμένης Επικοινωνίας. Στο μάθημα παρουσιάζονται πραγματικά έγγραφα και e-mail επιχειρήσεων του ψηφιακού κόσμου στα Αγγλικά και γίνεται σχολιασμός. Παράλληλα, ανατίθεται project στους φοιτητές όπου καλούνται να δημιουργήσουν οι ίδιοι τυπικά κείμενα που δημιουργεί ένας Digital Media Manager μιας επιχείρησης στα Αγγλικά.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές:

- Θα γνωρίζουν να διαβάζουν επιστημονικά κείμενα σχετικά με τα Ψηφιακά Μέσα και την Επικοινωνία.
- Θα γνωρίζουν την ορολογία των Ψηφιακών Μέσων.
- Θα μπορούν να αναζητήσουν και να διαβάσουν αγγλική βιβλιογραφία στο Διαδίκτυο.
- Θα συντάσσουν κείμενα επιχειρησιακών επικοινωνιών στα Αγγλικά.

Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών

Το μάθημα εστιάζει στις βασικές λειτουργίες της διοίκησης και τα θέματα που αφορούν την οργάνωση και τη διοίκηση μιας επιχείρησης ή οργανισμού. Σε αυτό το πλαίσιο γνώσης, το μάθημα αποσκοπεί στην κατανόηση της φύσης και της χρησιμότητας της διοίκησης για μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό, σκοπός που επιτυγχάνεται μέσα από μια ανασκόπηση των βασικών περιοχών διοίκησης: εξοπλισμός, μέσα παραγωγής, παραγωγική διαδικασία, πωλήσεις προϊόντων, σχέσεις με συνεργάτες-προμηθευτές, σχέσεις με το προσωπικό, τη διαχείριση κινδύνων, την επίλυση προβλημάτων κ.ά.

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές:

- Τις πρακτικές και θεωρητικές προσεγγίσεις του management και της διοίκησης επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Τις θεωρίες επιχειρησιακής οργάνωσης στο σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον.
- Τις διοικητικές και οργανωτικές πρακτικές και τις διοικητικές ικανότητες που απαιτούνται σε ένα σύγχρονο χώρο εργασίας.
- Τις θεωρητικές προσεγγίσεις του της διοίκησης που αφορούν την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων.
- Το ρόλο της συναισθηματικής νοημοσύνης στη διοίκηση επιχειρήσεων.

- Τη σημασία της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού στο σύγχρονο περιβάλλον των επιχειρήσεων και οργανισμών.

Στο μάθημα, οι φοιτητές ασχολούνται με τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού πλάνου (business splan), εφαρμόζοντας την θεωρία στην πράξη.

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

- Αναλύουν και να αξιολογούν την οργάνωση επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Γνωρίσουν διοικητικές και οργανωτικές θεωρίες και να εφαρμόζουν τις αντίστοιχες πρακτικές.
- Σχεδιάζουν, να υλοποιούν και να αναλύουν τα αποτελέσματα ενός business plan.

Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης I

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.

Παρουσιάζονται μελέτες περίπτωσης κοινωνικών Δικτύων (Facebook, Instagram, YouTube κ.α.) και οι δυνατότητες που έχουν οι επιχειρήσεις να προωθήσουν προϊόντα και υπηρεσίες με τη χρήση τους.

Το μάθημα περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Εισαγωγή στα Social Media.
- State of Digital παγκοσμίως.
- Διαφορές από παραδοσιακά μέσα.
- Ιστορία Social Media.
- Βασικά χαρακτηριστικά των socialmedia (Web 2.0 - UGC).
- Ζώνες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media Zones).
- Marketing στις ζώνες κοινωνικής δικτύωσης.
- Ο ρόλος του Social Media Manager σε μια επιχείρηση.
- Χρήση Social Media από επιχειρήσεις.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Facebook.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Youtube.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Instagram.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Twitter.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Pinterest.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: Snapchat.
- Παρουσίαση και ανάλυση/Μελέτη περίπτωσης: LinkedIn.

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, 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.

Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Η χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) είναι πλέον ευρέως διαδεδομένη στο σύνολο των επιστημονικών τομέων, σε ορισμένους δε εξ αυτών τείνει να αντικαταστήσει πλήρως εκείνες τις μεθοδολογίες οι οποίες δεν χρησιμοποιούσαν ΤΠΕ. Ένας από τους τομείς ο οποίος έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις ΤΠΕ είναι ο τομέας της επικοινωνίας. Η πρώτη ενότητα του μαθήματος επικεντρώνεται σε βασικές αρχές της πληροφορικής δίνοντας έμφαση στις διαφορές ανάμεσα στα αναλογικά και ψηφιακά μέσα. Στη δεύτερη ενότητα του μαθήματος αναλύονται οι βασικές μορφές των μέσων μαζικής επικοινωνίας δίνοντας έμφαση στη διαχρονική τους εξέλιξη, καθώς επίσης και στην επίδραση που έχουν οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες σε αυτά. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στις επιπτώσεις που έχει η μεγάλη διείσδυση του Διαδικτύου στα μέσα επικοινωνίας. Παρουσιάζονται οι εξελίξεις στη τηλεόραση επικεντρώνοντας περισσότερο στη ψηφιακή τηλεόραση. Επιπλέον αναλύονται οι εξελίξεις στις παραδοσιακές υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (σταθερή και κινητή) αναλύοντας την επίδραση του Διαδικτύου σε αυτές. Τέλος παρουσιάζονται νέες μορφές επικοινωνίας όπως είναι οι υπηρεσίες OTT (Over the Top) οι οποίες βασίζονται στην σύγκλιση των δικτύων και των υπηρεσιών και αναλύονται νέες έννοιες όπως αυτές του ψηφιακού χάσματος.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει δύο ενότητες:

- Βασικά εργαλεία πληροφορικής: Εκμάθηση των βασικών προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένου, υπολογιστών φύλλων και παρουσιάσεων τόσο σε λογισμικά επί πληρωμή (όπως ενδεικτικά: MS Office, Excel, Power Point) όσο και σε ελεύθερα λογισμικά (όπως ενδεικτικά: Open Office).
- Βασικά εργαλεία πληροφορικής τα οποία βασίζονται σε διαδικτυακές εφαρμογές και υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους: Εκμάθηση βασικών διαδικτυακών υπηρεσιών βασιζόμενες στο υπολογιστικό νέφος όπως ενδεικτικά Google drive, Dropbox, Google docs/sheets/slides/forms.

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

Βασικές αρχές της πληροφορικής σχετικά με τα ψηφιακά μέσα.

- Τη διαχρονική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας και την επίδραση του Διαδικτύου στα μέσα μαζικής επικοινωνίας.
- Τη διαχρονική εξέλιξη των παραδοσιακών τηλεπικοινωνιών.
- Τις νέες μορφές επικοινωνίας όπως προκύπτουν από την σύγκλιση των δικτύων και των υπηρεσιών.

- Γνωρίζουν τις βασικές λειτουργίες εφαρμογών/προγραμμάτων γραφείου.
- Γνωρίζουν βασικές διαδικτυακές υπηρεσίες/εφαρμογές που βασίζονται στο υπολογιστικό νέφος.

Τεχνολογίες Διαδικτύου

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 τη χρήση του διαδικτύου και μάλιστα μόνο με το World Wide Web (WWW). Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση της επίδρασης του διαδικτύου και των τεχνολογιών του στη διαμόρφωση και την εξέλιξη των ψηφιακών μέσων και τη διαμόρφωση των νέων μορφών περιεχομένου. Παρουσιάζονται οι βασικές αρχές λειτουργίας του διαδικτύου σε επίπεδο δικτύου, πρωτοκόλλων και υπηρεσιών. Πραγματοποιείται εισαγωγή στους εξυπηρετητές (servers), τις βάσεις δεδομένων και στη σύνδεση τους με τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου Content Management Systems (CMS). Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου χρησιμοποιούνται για τη διαχείριση και την ανάρτηση των δεδομένων στο διαδίκτυο από διάφορους οργανισμούς όπως μέσα μαζικής ενημέρωσης, ηλεκτρονικά καταστήματα αλλά και στην εκπαίδευση. Επιπλέον, το μάθημα παρουσιάζει τις τεχνολογίες κινητών συσκευών και την ενοποίηση των πληροφοριών που δημιουργούν μια νέα πραγματικότητα για τα άτομα και τους οργανισμούς. Τέλος, παρουσιάζονται τεχνολογίες και εφαρμογές που επιτρέπουν την ταυτόχρονη μετάδοση και τη χρήση περιεχομένου σε πολλές τερματικές συσκευές.

Στο μάθημα παρουσιάζονται περιπτώσεις ενοποίησης τεχνολογιών σε οργανισμούς στην σύγχρονη εποχή του διαδικτύου. Ανατίθενται φοιτητικά projects όπου εμβαθύνεται και χρησιμοποιείται η διαχείριση και η ανάρτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο μέσω της χρήσης διαφορετικών CMS.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Πλατφόρμες διαχείρισης περιεχομένου (CMS).
- 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 και των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας.
- Την έννοια και τη σημασία της ενοποίησης δικτύων και ψηφιακών μέσων.
- Την λειτουργία και τη χρήση για πλατφόρμες διαχείρισης περιεχομένου - CMS.
- Την χρήση της πλατφόρμας online υπηρεσιών της Google.

14.1.2. Μαθήματα Β' Εξαμήνου

Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία

Η κοινωνιολογία διδάσκεται ως μια από τις σημαντικότερες επιστήμες των ανθρωπιστικών σπουδών με επίκεντρο της μελέτης της των κοινωνικό άνθρωπο. Σκοπός του μαθήματος να καταδειχθεί πώς η κοινωνιολογία και οι ανθρωπιστικές σπουδές με την ποικιλία τους αλλά και την συνεκτική γνωστική τους υφή, μπορούν να βοηθήσουν στα σύγχρονα

ζητήματα, που μέσω της παγκοσμιοποίησης αλλά και της χρήσης ψηφιακών μέσων και διαδικτύου ανακύπτουν και πολλαπλασιάζονται.

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

- Τη βασική ορολογία της κοινωνιολογίας και των ανθρωπιστικών επιστημών.
- Τις βασικές θεωρήσεις των σύγχρονων κοινωνιών.
- Την πολλαπλότητα του λόγου της κοινωνιολογίας και των κοινωνικών σπουδών.
- Την συνθετότητα της απάντησης στα σύγχρονα προβλήματα μέσω του κοινωνιολογικού λόγου.

Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία

Γνωριμία με την ευρύτερη περιοχή της δημόσιας σφαίρας όπως αυτή συνδέεται με την δημοσιογραφία. Σκοπός του μαθήματος η κατανόηση του ρόλου των επικοινωνιτών/δημοσιογράφων στα γραπτά και οπτικοακουστικά παραδοσιακά ή ψηφιακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Επίσης η κατάκτηση της ελάχιστης- απαραίτητης γνώσης προκειμένου να ασχοληθεί κανείς με την παραγωγή δημόσιου λόγου.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, διεξάγεται πειραματισμός με την παραγωγή κειμένων προς δημοσίευσή αφού προηγουμένως έχει αναλυθεί ο δημοσιογραφικός λόγος που εκπέμπεται από τα ΜΜΕ, παραδοσιακά ή νέα.

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

- Τι είναι δημόσια σφαίρα, δημόσιος λόγος και δημοσιογραφικό κείμενο.
- Το πώς αρθρώνεται ο δημοσιογραφικός λόγος.
- Ποια είναι η αλληλεπίδραση των επικοινωνιτών/δημοσιογράφων με το κοινό προς το οποίο αποστέλλουν τα μηνύματα τους.

Αρχές Μάρκετινγκ

Το μάθημα «Αρχές Μάρκετινγκ» εισάγει τους φοιτητές στις τεχνικές διοίκησης προϊόντος (Brand Management), δηλαδή, α) τον τρόπο με τον οποίο ένα προϊόν (Product) διαφοροποιείται από άλλα ομοειδή με βάση τα τεχνικά και ποιοτικά του χαρακτηριστικά, β) την κοστολόγηση προϊόντος και συνεπώς σύνδεση της τιμής του (Price) με τα πάγια και τα λειτουργικά έξοδα μιας επιχείρησης, γ) τη διάθεση του προϊόντος στην αγορά (Place) και, συνεπώς, στην ευκολία πρόσβασής του καταναλωτή σε αυτό και δ) την ανάδειξη και προώθηση προϊόντος (Promotion) στην αγορά.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εκλαΐκευση των βασικών αρχών και διαδικασιών που διέπουν τη λειτουργία της «Διοίκησης Μάρκετινγκ Προϊόντος». Στο πλαίσιο αυτού του σκοπού, το μάθημα επικεντρώνεται πρωτίστως στον τρόπο διαμόρφωσης του «Μείγματος Μάρκετινγκ» (marketingmix) προϊόντος, στην «κοινωνική διάσταση της επιστήμης του μάρκετινγκ» (social marketing), στην καταναλωτική συμπεριφορά και προτίμηση (ανάγκη ή/και επιθυμία), στα θέματα που επικουρούν την «τμηματοποίηση» της αγοράς (market segments), καθώς και στο θέμα της «τοποθέτησης» (positioning) των προϊόντων στην αγορά, με τρόπο ώστε να καθίστανται αυτά επιθυμητά σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών.

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

- Τις βασικές λειτουργίες του μάρκετινγκ και τη συνεισφορά του τμήματος μάρκετινγκ μιας επιχείρησης στην οργάνωση και διοίκηση των προϊόντων της,

- Τις ερευνητικές τεχνικές μέσω των οποίων διαμορφώνεται το μείγμα μάρκετινγκ,
- Τα κριτήρια με τα οποία κατηγοριοποιούνται οι καταναλωτές σε επιμέρους ομάδες ενδιαφέροντος (τμηματοποίηση),
- Τις στρατηγικές τοποθέτησης και διαφοροποίησης προϊόντων και υπηρεσιών και συνεπώς στο πλάνο μάρκετινγκ των προϊόντων μιας επιχείρησης.

Ανάλυση Δεδομένων και Επικοινωνία I

Ο κύκλος των μαθημάτων με αντικείμενο την επιστήμη των δεδομένων στην επικοινωνία, τη διαφήμιση και την ενημέρωση προσπαθεί να καλύψει ένα σημαντικό κενό στο εκπαιδευτικό τοπίο. Το μάθημα εστιάζει στην προετοιμασία των φοιτητών της επικοινωνίας σε νέες δεξιότητες χρήσης σύγχρονων αλγοριθμικών και υπολογιστικών τεχνικών με σκοπό την άντληση, επεξεργασία και ανάλυση ενός μεγάλου αριθμού δεδομένων που πολλές φορές είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο. Τα δεδομένα αυτά μπορεί να προέρχονται από κρατικούς φορείς, στατιστικές μελέτες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εταιρείες και οργανισμούς. Σκοπός είναι οι μελλοντικοί απόφοιτοι να μπορούν να ανταποκριθούν ως επιστήμονες δεδομένων (data scientists) αλλά και ως επαγγελματίες της επικοινωνίας, του μάρκετινγκ και της δημοσιογραφίας στη διαχείριση και ανάλυση μεγάλου όγκου πληροφοριών. Το συγκεκριμένο μάθημα παρέχει ένα ισχυρό θεωρητικό και πρακτικό υπόβαθρο καθώς και υπολογιστικές δεξιότητες ώστε να διαχειριστούν μεγάλα δεδομένα και να ανακαλύψουν κρυμμένη πληροφορία και γνώση. Η χρήση αυτών των δεδομένων μπορούν να οδηγήσουν στην απάντηση σημαντικών ερωτημάτων που ενδιαφέρουν την κοινωνία και τους οργανισμούς που αναζητούν σχετικές απαντήσεις. Τέλος, η ανάλυση δεδομένων και η επικοινωνία βοηθάει στη κατανόηση των συμπεριφορών και την εξόρυξη απόψεων, την ανάλυση συναισθήματος, τη κατανόηση τάσεων και αγοραστικών προτιμήσεων με άμεση εφαρμογή στη δημοσιογραφία, το ποσοτικό μάρκετινγκ, τις δημοσκοπήσεις, τις συμπεριφορές των ατόμων κ.ά.

Παραγωγή Ψηφιακών Εφαρμογών Εικόνας και Animation

Πρόκειται για μάθημα το οποίο εντάσσεται στη συστάδα των μαθημάτων η οποία καλύπτει τον γνωστικό χώρο της παραγωγής στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας. Το μάθημα εστιάζει στην σταθερή εικόνα και στο animation, ενώ συνδέεται και με το αντικείμενο της τηλεοπτικής παραγωγής, αξιοποιώντας τις σχετικές υποδομές του Τμήματος.

Σκοπός του μαθήματος είναι να εντρυφήσουν οι φοιτητές στο αισθητήριο, τεχνολογικό υπόβαθρο, δυνατότητες αξιοποίησης και ισχύ μηνύματος της εικόνας μέσα από την ανάλυση των ανωτέρω σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο. Αντίστοιχα, οι φοιτητές εισέρχονται στον εντυπωσιακό κόσμο της σχεδιοκίνησης (animation) και της εικονικής πραγματικότητας, μελετώντας και αναπτύσσοντας σχετικές εφαρμογές.

Το εργαστηριακό μέρος του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εξοικείωση με επαγγελματικό λογισμικό επεξεργασίας εικόνας.
- Ανάπτυξη εφαρμογών σχεδιοκίνησης.
- Εξοικείωση με το τηλεοπτικό studio.
- Παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών διαφόρων προδιαγραφών.
- Σύνταξη παραδοτέων παραγωγής.
- Εισαγωγή στην εικονική πραγματικότητα με επίδειξη λειτουργίας του σχετικού συστήματος και παραγωγή μικρής κλίμακας ασκήσεων.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Θα έχουν 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.
- Θα έχουν παράξει τηλεοπτικές εκπομπές, ως μέλη ομάδας εργασίας.
- Θα έχουν γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της επεξεργασίας εικόνας και animation καθώς και των σχετικών διαδικασιών διαχείρισης των παραγόμενων δεδομένων.
- Θα έχουν εντρυφήσει στην διαδικασία παραγωγής εικόνας και animation, τόσο σε ατομικό όσο και σε ομαδικό επίπεδο και να αποτελέσουν μέρος μιας διαδικασίας σύγχρονης παραγωγής με έντονα καλλιτεχνικά στοιχεία. Παράλληλα, να καρπωθούν την εμπειρία και την δυναμική που αναπτύσσεται στην αντίστοιχη πολυσυλλεκτική ομάδα παραγωγής.
- Θα έχουν αντιληφθεί τη λειτουργία και τη διαδικασία ανάπτυξης απλών εφαρμογών VR σε ένα ατομικό σύστημα (σταθμός εργασίας – κάσκα).

Κινητές Τεχνολογίες

Οι κινητές τεχνολογίες έχουν γνωρίσει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Οι εξελίξεις στο χώρο των ασύρματων επικοινωνιών και στις κινητές συσκευές (smartphones, tablets κ.α.) διαμορφώνουν πρόσφορο έδαφος για ανάπτυξη προηγμένων κινητών εφαρμογών που αξιοποιούν τις δυνατότητες των κινητών συσκευών. Επίσης, αναδεικνύεται ένα αναδυόμενο πεδίο επιχειρηματικής δραστηριότητας και εμπορικών προοπτικών μέσα από τη χρήση των νέων δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κινητές Τεχνολογίες.

Οι κινητές συσκευές 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 η γνώση των τεχνολογιών που δημιουργούν τις εφαρμογές τους καθώς και τα δίκτυα που χρησιμοποιούν οι κινητές συσκευές. Στο μάθημα αναλύονται τόσο τα Δίκτυα επικοινωνίας όσο οι συσκευές με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους (π.χ., GPS δέκτη, ηλεκτρονική πυξίδα, επιταχυνσιόμετρο, κλπ) καθώς και οι εφαρμογές που μπορούν να αναπτυχθούν και να χρησιμοποιηθούν από τους χρήστες τους.

Το θεωρητικό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω ενότητες:

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

- Δίκτυα αισθητήρων - Internet of Things.

Το εργαστηριακό τμήμα 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.

14.1.3. Μαθήματα Γ' Εξαμήνου

Εισαγωγή στη Διαφήμιση

Το μάθημα «Εισαγωγή στη Διαφήμιση» εισάγει τους φοιτητές στα “μυστικά” της «εμπορικής διαφήμισης», την οποία, ως ενέργεια, συνδέει αν όχι ταυτίζει με την «Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Μάρκετινγκ» και τη «Στρατηγική Επικοινωνία Μάρκετινγκ», στη λογική ότι η διαφήμιση αποτελεί μέρος του «Μίγματος Μάρκετινγκ» (Marketing Mix) και δη του “P” Promotion. Ξεκινώντας από τον ορισμό της διαφήμισης, ένας μεγάλος αριθμός έντυπων, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών διαφημίσεων σκιαγραφεί την εξέλιξη, τη σταδιακή συγκρότηση και την εναρμόνιση της διαφημιστικής βιομηχανίας με την εμπορευματική κοινωνία. Σκοπός του μαθήματος που είναι η κατανόηση (I) της βαρύτητας της διαφήμισης στο προωθητικό μίγμα προϊόντος, (II) η συμβολή της στην προϊοντική διαφοροποίηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό, (III) η συνδρομή της «τοποθέτησης» του προϊόντος (positioning) στο θυμικό του καταναλωτή (share of mind) και, εντέλει, (IV) η επίδρασή της στην καταναλωτική συμπεριφορά. Αναλύονται εκτενώς μελέτες περιπτώσεων (εμπορικών) διαφημίσεων είτε σε έντυπη, είτε ραδιοφωνική και τηλεοπτική μορφή, όπου, επί τη βάση αυτών, οι φοιτητές/τριες, καλούνται να σχεδιάσουν τη διαφημιστική καμπάνια ενός προϊόντος (δικής τους επινόησης) και να την παρουσιάσουν στη αίθουσα. Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή στη διαφήμιση: α) ορισμοί της διαφήμισης, β) ιστορία της διαφήμισης, γ) εξέλιξη της διαφημιστικής παραστατικής στο χρόνο (παραδείγματα ελληνικών έντυπων διαφημίσεων από το 1880 έως και σήμερα – προσωπικό αρχείο διδάσκοντος).
- Δομή και λειτουργία της διαφημιστικής εταιρείας: α) η ιστορική διαδρομή: από την αυτοδιαφήμιση στα διαφημιστικά γραφεία και, από εκεί, στις διαφημιστικές εταιρείες πλήρους οργάνωσης, β) η διατμηματική συνεργασία των στελεχών μιας διαφημιστικής εταιρείας και η συμβολή κάθε τμήματος στην παραγωγή «προστιθέμενης αξίας» (added value) στο προϊόν.

- Η διαφήμιση ως μέρος του «Πρωθητικού Μίγματος Προϊόντος»: α) η διαφήμιση ως μέρος του Μίγματος Μάρκετινγκ, β) τα “M” της διαφήμισης κατά Kotler, γ) η σχέση της διαφήμισης με τα υπόλοιπα στοιχεία του πρωθητικού μίγματος (προώθηση πωλήσεων, πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα κ.ά.).
- Τρόποι κατάταξης των διαφημίσεων: α) ανάλογα με το πεδίο αναφοράς τους (αγορά, κοινωνία, πολιτική) σε εμπορική, κοινωνική και πολιτική διαφήμιση, β) ανάλογα με το χρησιμοποιούμενο Μέσο και την επίδρασή του στο κοινό: έντυπη, ραδιοφωνική, τηλεοπτική, διαδικτυακή, γ) ανάλογα με το υφολογικό τους περιεχόμενο και, τέλος, δ. ανάλογα με τον σκοπό τους.
- Υποδείγματα διαφημιστικής πειθούς και η αξιολόγηση διαφήμισης: α) ιεραρχική κλιμάκωση των επιδράσεων της διαφήμισης, β) ανάλυση των υποδειγμάτων διαφημιστικής πειθούς (A.I.D.A. και D.A.G.M.A.R.), γ) καταγραφή εφικτών διαφημιστικών στόχων και αξιολόγηση της διαφημιστικής καμπάνιας (ROI).
- Δομικά μέρη έντυπης διαφήμισης: πηχασίο μήνυμα, επεξηγηματικό κείμενο, λογότυπος προϊόντος, σλόγκαν υπογραφής μάρκας (brand), φωτογραφία συσκευασίας, φωτογραφία περιβάλλοντος χώρου.
- Η σχέση σλόγκαν και «στρατηγικής τοποθέτησης προϊόντος», δηλαδή, η σχέση στρατηγικής μάρκετινγκ και στρατηγικής επικοινωνίας.
- Στόχοι της διαφήμισης και «στρατηγική πλάνου μέσων» (Media Plan): α) κατανόηση της αναγκαιότητας διαφημιστικού στόχου (πωλήσεις, μερίδιο αγοράς), β) στόχευση ακροατηρίου (κοινό στόχος), γ) υπολογισμός της κάλυψης, της συχνότητας και του συνολικού αριθμού προβολών ενός διαφημιστικού μηνύματος (GRP’s και OTS).
- Σημειολογία της διαφήμισης: α) εικονιστική και λεξικολογική προσέγγιση, β) ανάλυση της έννοιας του σημείου (Saussure και Pierce), γ) «συστήματα αναφοράς» της Williamson, δ) διαφήμιση και κοινωνικοί κώδικες, ε) διαφημιστικός λόγος και η ρητορική του ως genre.
- Ανάλυση περιεχομένου διαφημίσεων: α) ποιοτική ανάλυση του περιεχομένου των διαφημίσεων (δομιστική προσέγγιση), β) ποσοτική ανάλυση του περιεχομένου των διαφημίσεων (κατά Berelson).
- Διαφημιστική δημιουργία (τεχνικές): α) ανάλυση του όρου «διαφημιστική εκστρατεία», β) ανάλυση διαφημιστικού μηνύματος και είδη διαφημιστικών νύξεων, γ) τεχνικές της τηλεοπτικής διαφήμισης (hard sale ads και story telling ads κ.ά.).
- Διαφήμιση και στρατηγική: α) εκτενής αναφορά στο όρο «Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Μάρκετινγκ», β) σύνδεση της στρατηγικής επικοινωνίας με τους στόχους επικοινωνίας μάρκετινγκ, γ) μελέτες περιπτώσεων.
- Παρουσιάσεις εργασιών φοιτητών.

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

- Να θέτουν σαφείς διαφημιστικούς στόχους,
- Να σχεδιάζουν μια διαφημιστική εκστρατεία,
- Να συνδέουν το διαφημιστικό έργο με τη στρατηγική μάρκετινγκ του προϊόντος.

Δημόσιες Σχέσεις

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.

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

Στο μάθημα αναλύονται μελέτες περιπτώσεων και πραγματοποιείται από τους φοιτητές ένα ολοκληρωμένο πλάνο Δημοσίων Σχέσεων με έμφαση στην χρήση ψηφιακών εργαλείων.

Στο δεύτερο μέρος διδάσκεται η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο Διαδίκτυο 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 Διαδικτύου,
- Αλλά και το νέο ήθος που κομίζει η ψηφιακή επικοινωνία στην επικοινωνίας καθώς και κρίσιμα θέματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της διαδικτυακής επικοινωνίας και οι καλές πρακτικές που σχετίζονται με την αξιοποίηση του Διαδικτύου από τις σημερινές επιχειρήσεις.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Έχουν κατανοήσει τις 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.
- Έχουν αποκτήσει την ικανότητα να συντάσσουν σωστά δημόσια έγγραφα, εμπορικές επιστολές, προσωπικά έγγραφα (με πληρότητα, κανονική διάταξη στοιχείων, ανάπτυξη κειμένων, σύνταξη και ορθογραφία).

Ανάλυση Δεδομένων και Επικοινωνία II

Στο πλαίσιο του μαθήματος δίνεται έμφαση σε πρακτικά ζητήματα σχετικά με την εξόρυξη και ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων. Οι συμμετέχοντες εξοικειώνονται με διαφορετικές μορφές δεδομένων και με τις μεθόδους αποθήκευσης, πρόσβασης και επεξεργασίας πληροφοριών. Η ανάλυση δεδομένων αποσκοπεί στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων οι οποίες βοηθούν στη σύνδεση και επεξεργασία βάσεων δεδομένων, στην εξόρυξη και αποθήκευση δεδομένων αλλά και στη διαμόρφωση κατάλληλων αρχείων ώστε να αναζητηθούν απαντήσεις σε ερευνητικά ερωτήματα, διατυπωμένα από τους ίδιους τους φοιτητές. Παράλληλα, στο μάθημα γίνεται διαχείριση λιγότερο προσβάσιμων δεδομένων, μετατρέποντας τα δύσκολα στη χρήση αρχεία PDF σε χρήσιμες πληροφορίες.

Ο σκοπός του μαθήματος, συμπεριλαμβάνει βασικές αρχές οπτικοποίησης και απεικόνισης δεδομένων μέσω δημιουργίας γραφημάτων, καθώς και την αξιοποίηση από τους συμμετέχοντες, γνωστών εργαλείων όπως η Google και το StackOverflow, για την επίλυση προβλημάτων προγραμματισμού. Τελικός στόχος του μαθήματος, αποτελεί η εξοικείωση των συμμετεχόντων με τον προγραμματισμό και την επεξεργασία (μεγάλων) δεδομένων, και γι' αυτό παρουσιάζονται ενότητες και εργαλεία που περιλαμβάνουν: Python, βασική στατιστική ανάλυση, HTML, CSVs, APIs, SQL, APIs, CSVs, κανονικές εκφράσεις, PDF processing, pandas, BeautifulSoup, Jupyter/IPython Notebooks, git/GitHub, StackOverflow, data cleaning, command line tools και άλλα.

Τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Δημιουργία και διαχείριση βάσεων δεδομένων.
- Επεξεργασία βάσεων δεδομένων.
- Εξόρυξη δεδομένων από διαδικτυακούς τόπους.
- Βιβλιοθήκες εγγράφων, κανονικές εκφράσεις.
- Δημιουργία οπτικοποιήσεων.

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

- Να βρίσκουν και να αποθηκεύουν δεδομένα.
- Αρχές προγραμματισμού για την επεξεργασία (μεγάλων) δεδομένων.
- Οπτικοποίηση και απεικόνιση μεγάλου όγκου δεδομένων μέσω δημιουργίας γραφημάτων.
- Να χρησιμοποιούν τα δεδομένα για την ερμηνεία συμπεριφορών και τάσεων.

Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή I

Το μάθημα έρχεται να εισαγάγει τον φοιτητή στο ομώνυμο του μαθήματος γνωστικό πεδίο, το οποίο βρίσκεται στη σύγκλιση της Πληροφορικής με τη Γνωστική Ψυχολογία. Είναι εξαιρετικά σημαντικό για τον νεοεισερχόμενο στον κόσμο των ψηφιακών μέσων επιστήμονα να αντιληφθεί την οπτική γωνία του ανθρώπινου παράγοντα στον κόσμο της σύγχρονης επικοινωνίας και των τεχνολογικών μέσων.

Σκοπός του μαθήματος είναι να επικοινωνήσει τον κομβικό ρόλο του ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού και της αξιολόγησης στα σύγχρονα ψηφιακά μέσα, τα οποία αποτελούν μια έκφανση διαμεσολάβησης απολύτως εξαρτώμενης από τις λεπτομέρειες της εκάστοτε διεπαφής (user interface).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές:

- Θα έχουν αποκτήσει ίδια αντίληψη για τον κομβικό ρόλο της ΕΑΥ στη σύγχρονη επικοινωνιακή πραγματικότητα.
- Θα συσχετίζουν τις βάσεις της όλης προσέγγισης της ΕΑΥ με τα πεδία του Marketing και της Παραγωγής Οπτικοακουστικών Μέσων.
- Θα είναι σε θέση να αντιληφθούν πλήρως τις αρχές του σχεδιασμού και της αξιολόγησης για ένα μεγάλο εύρος τεχνολογικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Θα είναι σε θέση να εντάξουν επικοινωνιακές τεχνικές σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής προϊόντων και υπηρεσιών.
- Θα έχουν κατανοήσει βαθιά την έννοια της ευχρηστίας, ώστε να είναι σε θέση να την εντάξει νοητικά και αξιοποιήσει σε νέες τεχνολογίες που εισέρχονται στην αγορά.
- Θα έχουν αντιληφθεί την έννοια και τη σημασία του όρου user experience.
- Σε πρακτικό επίπεδο, θα έχουν εξοικειωθεί με επιλεγμένες τεχνικές εκ των ανωτέρω.
- Θα εφαρμόζουν τεχνικές ΕΑΥ σε ερευνητικό επίπεδο προκειμένου να σχεδιάσουν πειραματικές διατάξεις και διαδικασίες.

Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης II

Η προβολή ατόμων, επιχειρήσεων προϊόντων, υπηρεσιών, εκδηλώσεων και γεγονότων γίνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στις μέρες μας μέσα από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media). Οι φοιτητές γνωρίζοντας ήδη τις βασικές αρχές και τη λειτουργία των Social Media από το μάθημα «Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης I» 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 Μάρκετινγκ 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) στα Social Media. Θα παρουσιαστούν μελέτες περίπτωσης επιτυχημένων και αποτυχημένων στρατηγικών προβολής.

Το θεωρητικό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω ενότητες:

- Social Media Marketing Strategy: Δημιουργία στρατηγικής για την παρουσία μιας επιχείρησης στα Social Media. Τεχνικές δημιουργίας στρατηγικής.
- Social Media Marketing Plan: Αναλυτική προσέγγιση της δημιουργίας ενός Marketing Plan για μια επιχείρηση στα Social Media.
- SMART (specific, measurable, achievable, realistic and timely) Goals: Καθορισμός στόχων για την παρουσία μιας επιχείρησης στα Social media.
- Key Performance Indicators: Καθορισμός κατάλληλων και μετρήσιμων δεικτών απόδοσης μιας καμπάνιας στα Social Media.
- Social Media ROI: Τι είναι και πως μπορεί να μετρηθεί η απόδοση μιας επένδυσης στα Social Media.
- Monetization strategies στα Social Media: Χρήση των Social Media από επιχειρήσεις και από άτομα για άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος.
- Social Media best practices: Καλές πρακτικές χρήσης των Social Media.
- Big Data: Εισαγωγή στην έννοια των Big Data και τη χρήση τους για εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για μια στρατηγική στα Social Media.
- Online εργαλεία διαχείρισης Social Media.

Το εργαστηριακό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Χρήση του Facebook για Branding, πωλήσεις και υποστήριξη.
- Χρήση του Instagram για Branding, πωλήσεις και υποστήριξη.
- Χρήση του Twitter για Branding, πωλήσεις και υποστήριξη.
- Χρήση του YouTube για Branding και πωλήσεις.
- Εισαγωγή στη χρήση του Hootsuite.

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

- Τι είναι στρατηγική και τι είναι μια καμπάνια στα Social Media.
- Τον τρόπο εφαρμογής των Αρχών του Marketing στα Social Media.
- Τα βήματα μιας καμπάνιας στα Social Media.
- Πώς να βρίσκουν τα κατάλληλα Social Media για κάθε ενέργεια προβολής και να αλληλοεπιδρούν με αυτά.

- Τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνουν κατά τη διάρκεια μιας καμπάνιας.
- Πώς πρέπει να χρησιμοποιούνται τα Social Media από επιχειρήσεις.
- Να μετρούν σωστά και να αποτυπώνουν τα αποτελέσματα μιας καμπάνιας Social Media.

Παραγωγή Οπτικοακουστικών Μέσων

Το μάθημα λειτουργεί συνδυαστικά με τα μαθήματα «Παραγωγή ψηφιακών εφαρμογών εικόνας και animation», «Ψηφιακός Σχεδιασμός Εντύπων Μέσων» και «Ψηφιακή Αφηγηματολογία» προκειμένου να στοιχειοθετηθεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην παραγωγή των σύγχρονων μέσων επικοινωνίας. Το μάθημα συνδέεται με τα αντικείμενα της ραδιοφωνικής παραγωγής και της παραγωγής video, αξιοποιώντας τις υποδομές και τον εξοπλισμό του Τμήματος.

Το εν λόγω μάθημα καλείται να οικοδομήσει γνωστικά το θεωρητικό και τεχνολογικό υπόβαθρο των πληροφοριακών εφαρμογών του ήχου και της κινούμενης εικόνας (video) μέσα από την εντρύφηση στη διαδικασία της media παραγωγής. Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, παρουσιάζεται μια σειρά από θεμελιώδεις έννοιες της Πληροφορικής και συνειδητοποιείται το πώς αυτές υλοποιούνται στην διαχείριση του ψηφιακού ήχου και video.

Το εργαστηριακό μέρος του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Γνωριμία με το ραδιοφωνικό studio.
- Ηχογραφήσεις φωνής.
- Επεξεργασία ήχου.
- Ολοκλήρωση της παραγωγής.
- Παραγωγή video.
- Συγχρονισμός ήχου και video.
- Σχεδιασμός και παρουσίαση των παραδοτέων της παραγωγής.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Θα έχουν κατανοήσει σε επίπεδο εφαρμογής και αναγκαιότητας τον κεντρικό ρόλο των οπτικοακουστικών εφαρμογών στην σύγχρονη πραγματικότητα των media.
- Θα έχουν κατανοήσει την θεωρία υποβάθρου σε ο,τι αφορά τα μέσα τα οποία παρέλκονται στο ακουστικό και στο οπτικό ερέθισμα.
- Θα έχουν γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της επεξεργασίας ήχου και video καθώς και των σχετικών διαδικασιών διαχείρισης των παραγόμενων δεδομένων.
- Έχουν εκπονήσει παραγωγές ραδιοφωνικές και video, ως μέλη ομάδας.
- Θα αποτιμούν και αξιολογούν την μέθοδο και το αποτέλεσμα, από πλευράς αισθητικής, τεχνολογικής προσέγγισης, επικοινωνίας κ.ο.κ.
- Θα περιγράφουν, αναλύουν, επεξηγούν και εν γένει επικοινωνούν όλα τα ζητήματα τα οποία προκύπτουν εντός της ανάπτυξης οπτικοακουστικών εφαρμογών.
- Θα κατέχουν την θέση των συγκεκριμένων μεθόδων, τεχνικών και εργαλείων που χρησιμοποίησαν στο μάθημα επί της πλήρους (αφαιρετικής) εικόνας της όλης διαδικασίας και φάσεων μιας παραγωγής.

- Θα έχουν βιώσει την στενή συσχέτιση του ήχου και της εικόνας σε επίπεδο τεχνολογίας υποβάθρου, εργαλείων διαχείρισης, μηνύματος και ερμηνείας.

14.1.4. Μαθήματα Δ' Εξαμήνου

Επιχειρησιακές Επικοινωνίες

Στο μάθημα αναλύονται οι θεωρίες οργανώσεων ανθρωπίνων σχέσεων και λήψης αποφάσεων στους εργασιακούς οργανισμούς. Οι σχέσεις διοίκησης και εργαζομένων. Σκοπός του μαθήματος είναι η εκμάθηση των μορφών επιχειρησιακής επικοινωνίας. Του πώς λειτουργεί η επικοινωνία στη συμμετοχική διοίκηση και η προσέγγιση των επιχειρησιακών συναντήσεων, των συμβουλίων, των συσκέψεων.

Στο μάθημα επιτυγχάνεται σταδιακά η εκμάθηση βασικών μοντέλων χρήσης του λόγου, με έμφαση στον γραπτό λόγο, έτσι ώστε οι φοιτητές να προετοιμάζονται σταδιακά για τον αυριανό επαγγελματικό τους βίο.

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

- Τον τρόπο σύνταξης εγγράφων, εγκυκλίων και υπηρεσιακών εκθέσεων.
- Να κατανοούν την επιχειρησιακή ομαδική επικοινωνία, τα προβλήματα και τις ευρύτερες προοπτικές της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας.
- Το θεωρητικό υπόβαθρο και την πρακτική έκφραση της υποκίνησης, της αξιολόγησης και της επιμόρφωσης του ανθρωπίνου δυναμικού.
- Βασικά στοιχεία σχετικά με τα ηλεκτρονικά μέσα των σύγχρονων ενδοεπιχειρησιακών διαδικασιών και την πολυεπίπεδη ανάπτυξη της επικοινωνίας.

Πλαίσιο Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

Η μεγάλη διείσδυση του Διαδικτύου συνοδεύεται από εξίσου μεγάλη διείσδυση των υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, τόσο για επαγγελματική όσο και για προσωπική χρήση. Ένας από τους τομείς που χρησιμοποιούνται πλέον κατά κόρων οι Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες, είναι αυτός της Επικοινωνίας. Είναι επομένως απαραίτητο για τους επαγγελματίες του χώρου να γνωρίζουν το πλαίσιο παροχής υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στις οποίες συμπεριλαμβάνονται και οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται για την Επικοινωνία. Επιπλέον η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας στην οποία βασίζονται οι υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών συνοδεύεται από ένα μεταβαλλόμενο πλαίσιο παροχής Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών σε εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο το οποίο οφείλουν να γνωρίζουν οι επαγγελματίες οι οποίοι χρησιμοποιούν τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες. Στην πρώτη ενότητα του μαθήματος παρουσιάζεται το πλαίσιο λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης δίνοντας έμφαση στους ευρωπαϊκούς θεσμούς και στα σχετικά νομοθετήματα αυτών. Στη δεύτερη ενότητα του μαθήματος αναλύονται: το πλαίσιο της διευθυνσιοδότησης στο Διαδίκτυο (domain names), ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τεχνολογικής ουδετερότητας, ανταγωνισμού, πλαίσιο συστημάτων μη επανδρωμένων αεροσκαφών (drone) και η ανοικτότητα δεδομένων (open data).

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίζουν:

- Το πλαίσιο λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τους κανόνες διευθυνσιοδότησης στο Διαδίκτυο.
- Το πλαίσιο της πνευματικής ιδιοκτησίας.
- Τις έννοιες της τεχνολογικής ουδετερότητας και της ανοικτότητας δεδομένων.

Πληροφοριακά Συστήματα Μάρκετινγκ

Το μάθημα «Πληροφοριακά Συστήματα Μάρκετινγκ» εισάγει τους φοιτητές σε εκείνες τις τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφόρησης που διευκολύνουν τη λειτουργία του μάρκετινγκ και υποστηρίζουν τις αποφάσεις των μάρκετερ. Το μάθημα επικεντρώνεται, κυρίως, στη χρήση λογισμικού «διαχείρισης σχέσεων πελατείας και συνεργατών» (customer & partners relationship management – CRM και PRM) και, δευτερευόντως, στην ανάπτυξη «γεωγραφικών συστημάτων πληροφόρησης» (Geographical Information Systems - GIS). Σε αυτό το πλαίσιο, δίνεται έμφαση στη σχέση μάρκετινγκ και πληροφορίας, στις πηγές άντλησης πληροφοριών με σκοπό την έρευνα μάρκετινγκ, στις προϋποθέσεις λειτουργίας πληροφοριακών συστημάτων μάρκετινγκ και στη χρήση των CRM, PRM και GIS.

Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τη σημασία της χρήσης των «Πληροφοριακών Συστημάτων Μάρκετινγκ» (Marketing Information Systems) και δη αυτών που αφορούν τη γνώση των αιτιών εκδήλωσης της καταναλωτικής προτίμησης και συμπεριφοράς.

Στο μάθημα, οι φοιτητές ασκούνται στη χρήση των λογισμικών CRM και GIS ώστε να είναι σε θέση (I) να παρακολουθούν τις προτιμήσεις της υφιστάμενης πελατείας μιας επιχείρησης και (II) να ελέγχουν τη ροή-ένταση ζήτησης των προϊόντων της επιχείρησης σε διαφορετικές περιφέρειες (πόλεις) της χώρας και, τέλος, να είναι σε θέση να παίρνουν σε αποφάσεις που διασφαλίζουν την πιστότητα του πελάτη στην επιχείρηση και τα προϊόντα της.

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

- Να ορίζουν και να περιγράφουν την έννοια και τα συστατικά στοιχεία ενός πληροφοριακού συστήματος μάρκετινγκ.
- Να διακρίνουν τα διάφορα είδη και τις λειτουργίες των συστημάτων αυτών.
- Να σχεδιάζουν και να χρησιμοποιούν λογισμικό εφαρμογών πληροφοριακών συστημάτων μάρκετινγκ για την επίλυση αντίστοιχων προβλημάτων.
- Να αναλύουν και να ελέγχουν τη σχέση κόστους-ωφέλειας για την επιχείρηση από χρήση πληροφοριακών συστημάτων μάρκετινγκ.

Τουρισμός και Τεχνολογία

Το μάθημα αυτό εστιάζει στη χρήση Τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφορικής σε όλες τις διαδικασίες και τις αλυσίδες αξίας που περιλαμβάνει η τουριστική βιομηχανία. Ο Τουρισμός που είναι από τη φύση του μια παγκοσμιοποιημένη υπηρεσία έχει ωφεληθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό από τη χρήση της Τεχνολογίας. Στο μάθημα εξετάζεται η χρήση της Τεχνολογίας κάθε μορφής:

- Σε όλα τα στάδια ενός ταξιδιού (pre-trip, in-trip, post-trip).
- Από όλες τις επιχειρήσεις που παίζουν ρόλο στην αλυσίδα υπηρεσιών και αξίας του τουρισμού (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικά πρακτορεία, εστιατόρια, μεσάζοντες κτλ).
- Από Τουριστικούς προορισμούς.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση τεχνολογίας για της επιτυχίας στρατηγικών Τουριστικού Marketing από όλους όσους προωθούν και πωλούν τουριστικές υπηρεσίες. Έννοιες που αναλύονται ιδιαίτερα στο μάθημα είναι το Hotel Digital Marketing και το Destination Marketing.

Συγκεκριμένα παρουσιάζονται οι παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Εισαγωγή στο e-Tourism.
- Ιστορία και εξέλιξη των Global Distribution System (GDS) & CRS.
- Επιχειρηματικά μοντέλα στο Τουρισμό (B2B, B2C, C2C και C2B).
- Συστήματα πληρωμών E-Tourism (Payment Systems).
- Online Marketing στον Τουρισμό.
- Gamification και Τουριστικό Marketing.
- ΤΠΕ σε ξενοδοχεία και στην αεροπορική βιομηχανία.
- ΤΠΕ σε Tour Operators ταξιδιωτικά γραφεία.
- ΤΠΕ για διαχείριση και Marketing Τουριστικών προορισμών.
- Management Information Systems στον Τουρισμό.
 - Consumer Relationship Management (CRM) στην Τουριστική Βιομηχανία.
 - Social Media Marketing και Τουρισμός.
 - Κινητές εφαρμογές και υπηρεσίες στον Τουρισμό.
 - Προτυποποίηση στον Τουρισμό.
 - Online Auction Markets στον Τουρισμό.
 - Booking.com και Airbnb.com.
 - Τουριστικοί Δικτυακοί τόποι.
 - Θέματα ασφάλειας στο E-Tourism.
 - Το μέλλον του E-Tourism.

Καθώς η τουριστική βιομηχανία αποτελεί την “βαριά” βιομηχανία της Ελλάδας στο μάθημα αναπτύσσονται διεξοδικά παραδείγματα και καλές πρακτικές επιτυχημένης χρήσης τεχνολογικών εφαρμογών στην Τουριστική Βιομηχανία τόσο στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.

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.

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

- Πώς έχει επηρεάσει η Τεχνολογία την Τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα και παγκοσμίως.
- Ποιες Τεχνολογίες χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις τουρισμού.
- Πως διανέμεται ψηφιακά το τουριστικό προϊόν παγκοσμίως.
- Καλές πρακτικές τουριστικού Marketing για επιχειρήσεις και προορισμούς.
- Τα χαρακτηριστικά και καλές πρακτικές χρήσης των μεγάλων Online Tour Operators.

Διαδικτυακή Δημοσιογραφία

Το μάθημα αποσκοπεί στο να γνωρίσουν οι φοιτητές τις σύγχρονες μορφές δημοσιογραφίας και να εξοικειωθούν με τα διαδικτυακά εργαλεία, έχοντας 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 της ενημέρωσης στο διαδίκτυο καθώς και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διάδοση της πληροφορίας και της ενημέρωσης. Ο σκοπός του μαθήματος είναι να αναλυθούν οι έννοιες του κειμένου και του υπερκειμένου, οι ιδιότητες των ηλεκτρονικών κειμένων, τα βασικά εργαλεία της επεξεργασίας και της ανάρτησης των δημοσιογραφικών δεδομένων και στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι τρόποι και οι μορφές παρουσίασης τους στο διαδίκτυο.

Επιπλέον, αναλύεται η μορφή, το περιεχόμενο και η λειτουργία της αρχικής σελίδας των διαδικτυακών τόπων ενημέρωσης, και η συνεχής εξέλιξή της. Παράλληλα, προσφέρονται δειγματικές αναλύσεις των 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. Στο ίδιο πλαίσιο γίνεται εκτενής αναφορά στην επικοινωνία του δημοσιογράφου με το αναγνωστικό κοινό. Σε πρακτικό επίπεδο, κατασκευάζονται και λειτουργούν φοιτητικές ιστοσελίδες, ενώ παράλληλα αναπτύσσεται συνεργατική εργασία σε φοιτητικό διαδικτυακό τόπο ενημέρωσης (π.χ. studentmedia.gr). Τέλος, στο μάθημα πραγματοποιείται εισαγωγή στις μεθόδους και τους τρόπους που η χρήση του δημοσιογραφικού πολυμεσικού υλικού (ήχου, εικόνας και βίντεο) και η χρήση του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τροποποιήσει τον τρόπο ενημέρωσης των πολιτών.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο.
- Webcasting.
- Blogs.
- Συγγραφή και ανάρτηση σε διαδικτυακό τόπο δημοσιογραφικών κειμένων.
- Παραγωγή και ανάρτηση σε διαδικτυακό τόπο δημοσιογραφικού πολυμεσικού υλικού (ήχος, εικόνα, βίντεο και γραφικές αναπαραστάσεις δεδομένων/infographics).
- Παραγωγή και ανάρτηση δημοσιογραφικού περιεχομένου σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (socialmedia).

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

- Να γνωρίζουν τον τρόπο εφαρμογής των αρχών της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.
- Να επικοινωνούν ορθά το περιεχόμενο που παράγουν για να ενημερωθούν οι πολίτες.
- Να αναζητούν τα κατάλληλα social media για κάθε ενέργεια ενημέρωσης και να αλληλεπιδρούν.
- Να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα στη διαδικτυακή δημοσιογραφία.

Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή II

Η Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή (Human Computer Interaction - HCI) αποτελεί τον επιστημονικό τομέα που μελετά την αλληλεπίδραση των χρηστών με διαδραστικά συστήματα όπως είναι οι διαδικτυακοί τόποι. Ο σκοπός του μαθήματος επικεντρώνεται στο πως οι άνθρωποι μέσω σταθερών και φορητών υπολογιστών επικοινωνούν με τους διαδικτυακούς

τόπους. Οι ιστότοποι αποτελούν επικοινωνιακά εργαλεία τα οποία προβάλλουν στους χρήστες πληροφορίες ώστε να επιτύχουν το μέγιστο αποτέλεσμα με βάση το στόχο τους. Ειδικότερα το μάθημα εξετάζει τα χαρακτηριστικά των διεπαφών καθώς και των αλληλεπιδράσεων που υποστηρίζουν οι διαδικτυακοί τόποι και γίνεται συσχετισμός με την παρουσία που διαθέτουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα ηλεκτρονικά καταστήματα και οι οργανισμοί. Τέλος, ειδική αναφορά πραγματοποιείται και στους διαδικτυακούς τόπους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media).

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Ανάλυση και σχεδίαση διαδραστικών διαδικτυακών τόπων.
- Προτυποποίηση με βάση κανόνες ευχρηστίας διαδικτυακών τόπων
- Αξιολόγηση διαδικτυακών τόπων.
- Συλλογή και ανάλυση δεδομένων για την κατανόηση των αναγκών των χρηστών.
- Επανασχεδιασμός του διαδικτυακού τόπου.
- Δημιουργία αποτελεσματικού διαδικτυακού τόπου με βάση πρότυπα ευχρηστίας.

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

- Να σχεδιάζουν καινοτόμους διαδικτυακούς τόπους.
- Να σχεδιάζουν εύχρηστους διαδικτυακούς τόπους.
- Να αξιολογούν διαδικτυακούς τόπους.
- Να δημιουργούν διαδικτυακούς τόπους που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των χρηστών που τους χρησιμοποιούν.
- Να επανασχεδιάζουν διαδικτυακούς τόπους.
- Να κατανοούν διεπαφές που αφορούν διαδικτυακούς τόπους.

14.1.5. Μαθήματα Ε΄ Εξαμήνου

Ολοκληρωμένη Στρατηγική Επικοινωνίας

Η ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνίας αποτελεί μια διαδικασία που αφορά προϊόντα και υπηρεσίες και χρησιμοποιείται για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την εκτέλεση και την αξιολόγηση επικοινωνιακών προγραμμάτων προς τους καταναλωτές, τους συνεργάτες και τους υποψήφιους πελάτες. Σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τους φοιτητές στην έννοια της επικοινωνιακής στρατηγικής και να αναλύσει τα πλεονεκτήματα της έναντι των παραδοσιακών επικοινωνιακών προσεγγίσεων. Επιπλέον, βασικός σκοπός αποτελεί η εξέταση του τρόπου με τον οποίο οι σημαντικοί χώροι εταιρικής επικοινωνίας σε συνδυασμό με τις διαδικτυακές επικοινωνιακές τεχνολογίες και τα ψηφιακά μέσα συνεργάζονται για την επίτευξη των σκοπών και των στόχων του οργανισμού. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, παρουσιάζονται τα εργαλεία της επικοινωνίας και οι τρόποι συνδυασμένης και αποτελεσματικής χρήσης τους. Τέλος, αναλύεται η διαδικασία δημιουργίας ενός πλάνου ολοκληρωμένης επικοινωνίας, αλλά και οι μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας του.

Στο μάθημα γίνεται επισκόπηση των βασικών εργαλείων επικοινωνίας (π.χ. διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προσωπική πώληση, διαδραστικό μάρκετινγκ κλπ.), με ιδιαίτερη έμφαση στους επικοινωνιακούς στόχους που κάθε εργαλείο εξυπηρετεί. Το μάθημα περιλαμβάνει την ανάλυση μελετών περίπτωσης και τη δημιουργία από τους φοιτητές ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.

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

- Την ιστορία και την παρούσα κατάσταση της ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας.
- Βασικές έννοιες όπως τακτικές και στρατηγικές της ψηφιακής ολοκληρωμένης επικοινωνίας.
- Τη λειτουργία της ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας.
- Την χρήση των διαδικτυακών εργαλείων της ολοκληρωμένης επικοινωνίας.
- Την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας.

Ψηφιακός Σχεδιασμός Έντυπων Μέσων

Το μάθημα καλύπτει το αντικείμενο της σχεδίασης και παραγωγής έντυπου υλικού προς χρήση σε μέσα μαζικής ενημέρωσης όπως εφημερίδες και τα περιοδικά. Ο σκοπός του μαθήματος στο θεωρητικό μέρος είναι η ιστορική αναδρομή στην τυπογραφία και στο πως διαμόρφωσε τον κόσμο που γνωρίζουμε σήμερα. Πραγματοποιείται επίσης αναδρομή σε κινήματα και τάσεις της τυπογραφίας και πως τα έντυπα μέσα συνέβαλαν στην εκπαίδευση και ενημέρωση των πολιτών. Στο εργαστηριακό μέρος οι φοιτητές κατά τη διάρκεια του εξαμήνου έρχονται σε επαφή με τις πιο πρόσφατες τάσεις στο λογισμικό για επιτραπέζια τυπογραφία (desktop publishing) και για τον σχεδιασμό και την επεξεργασία φωτογραφιών που είναι κατάλληλα για την εκτύπωση. Τέλος, έχουν την ευκαιρία να συμβάλλουν στην παραγωγή έντυπου υλικού όπως περιοδικά, εφημερίδες και, βιβλία.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εκμάθηση ψηφιακών εφαρμογών που αφορούν την επιτραπέζια τυπογραφία (desktop publishing).
- Σχεδιασμός έντυπης εφημερίδας.
- Σχεδιασμός εντύπου βιβλίου.
- Σχεδιασμός εντύπου περιοδικού.
- Σχεδιασμός έντυπης αφίσας.
- Σχεδιασμός εντύπου φυλλαδίου.
- Υλοποίηση έντυπου επικοινωνιακού υλικού.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές 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, σε αξιοσημείωτο εύρος θεμάτων.
- Σχεδιασμός και παραγωγή έντυπων μέσων όπως εφημερίδες, περιοδικά και βιβλία.
- Να 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.
- Να αναλύει τις ανάγκες και να σχεδιάζει πάνω σε αυτές. Παράλληλα, να επικοινωνεί με τους εμπλεκόμενους φορείς εντός πολυθεματικού ανθρώπινου περιβάλλοντος.

Ψηφιακό Μάρκετινγκ I

Η χρήση του Διαδικτύου στις μέρες μας επηρεάζει κάθε έκφανση της καθημερινής, κοινωνικής και επαγγελματικής ζωής του ανθρώπου σε όλο τον κόσμο. Η ολοένα και αυξανόμενη χρήση του Διαδικτύου από τον άνθρωπο ως μέσο πληροφόρησης, κοινωνικοποίησης αλλά και ως μέσο αγοράς υπηρεσιών και προϊόντων, έχει αναγκάσει την επιστήμη του μάρκετινγκ να επαναπροσδιορίσει τις προτεραιότητες της. Έτσι, σήμερα, το Marketing στοχεύει πλέον κυρίως το Διαδίκτυο και γενικότερα τα ψηφιακά μέσα ως μέσα προώθησης μηνυμάτων αλλά και ως πλατφόρμα υλοποίησης στρατηγικών για την εφαρμογή των βασικών θεωρητικών αρχών του.

Ο όρος «Ψηφιακό Μάρκετινγκ – Digital Marketing» είναι ένας σχετικά νέος όρος που χρησιμοποιείται για περίπου δύο δεκαετίες. Το Digital Marketing είναι το Marketing προϊόντων και υπηρεσιών με τη χρήση ψηφιακών Τεχνολογιών, κυρίως εργαλείων στο Διαδίκτυο αλλά και σε κάθε άλλου ψηφιακού μέσου.

Το μάθημα του Ψηφιακού Μάρκετινγκ εκτείνεται σε δύο εξάμηνα. Στο πρώτο μέρος του μαθήματος περιλαμβάνονται όλες οι βασικές έννοιες και αρχές, τα βασικά εργαλεία, οι τεχνικές και οι διαδικασίες μέτρησης της αποτελεσματικότητας μιας ψηφιακής καμπάνιας Μάρκετινγκ. Το μάθημα περιλαμβάνει θεωρητική διδασκαλία αλλά και πρακτική εξάσκηση σε εργαστήριο Πληροφορικής όπου εφαρμόζονται οι τεχνικές με τη χρήση online εργαλείων σε πραγματικές συνθήκες.

Το θεωρητικό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω ενότητες:

- Βασικές αρχές του Ψηφιακού Μάρκετινγκ: Ανάλυση βασικών όρων και αρχών. Τμηματοποίηση αγοράς στον Ψηφιακό κόσμο. Εφαρμογή βασικών αρχών Marketing στον Ψηφιακό κόσμο.
- Search Engine Optimization (SEO): Εργαλεία δημιουργίας και συντήρησης δικτυακού τόπου. Τεχνικές βελτιστοποίησης για καλύτερη κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Inbound Marketing: Παρουσίαση της θεωρίας του Inbound Marketing και των απαιτούμενων στοιχείων που πρέπει να συνυπάρχουν για την υλοποίηση του (Περιεχόμενο, Landing Pages κτλ).
- Email Marketing: Τεχνικές και ορθές πρακτικές δημιουργίας λιστών επαφών (mailing lists). Μεθοδολογία αποστολής μαζικών μηνυμάτων (Σύνταξη, διάρθρωση, χρόνος αποστολής newsletter κτλ).
- Mobile Marketing: Χρήση κινητών συσκευών για Marketing (SMS Marketing, Push Notifications, Mobile Apps, Mobile Ads). Εισαγωγή στην έννοια του Location Based Marketing και του Moment Marketing.
- Affiliate Marketing: Προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών μέσα από συνεργασίες με άλλους Δικτυακούς τόπους.
- Video Marketing: Προώθηση μέσα από κανάλια Video. Δημιουργία προωθητικών Video. Ανάλυση της έννοιας του virality. Διαφημίσεις YouTube.
- Μέτρηση αποτελεσματικότητας και βελτιστοποίησης με χρήση εργαλείων μέτρησης όπως το Google Analytics.
- Το εργαστηριακό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:
- Search Engine Optimization (SEO): Βελτιστοποίηση Δικτυακού τόπου που χρησιμοποιεί την πλατφόρμα Wordpress. Χρήση online εργαλείων για βελτίωση της θέσης Δικτυακού τόπου στις μηχανές αναζήτησης.

- Email Marketing: Χρήση online εργαλείων και κυρίως της πλατφόρμας Mailchimp για ολοκληρωμένο E-mail Marketing.
- Analytics: Χρήση του εργαλείου Google Analytics για μέτρηση παραμέτρων επισκεψιμότητας. Ανάλυση παραμέτρων για εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και καθορισμό αλλαγών σε έναν Δικτυακό τόπο.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να αντιλαμβάνονται πως εφαρμόζονται οι βασικές αρχές του παραδοσιακού μάρκετινγκ στον Ψηφιακό κόσμο και πως έχει επηρεάσει η Τεχνολογία την επιστήμη του Marketing.
- Να γνωρίζουν το παγκόσμιο ψηφιακό τοπίο, τις δυνατότητες που ανοίγονται από την χρήση ψηφιακών μέσων και συσκευών και τα δεδομένα της αγοράς.
- Να έχουν την ικανότητα να σχεδιάζουν βασικές καμπάνιες Ψηφιακού Μάρκετινγκ.
- Να γνωρίζουν και να χρησιμοποιούν τα βασικά εργαλεία Ψηφιακού Μάρκετινγκ που είναι διαθέσιμα σήμερα.
- Να έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν τα κατάλληλα εργαλεία για διάφορα είδη προϊόντων και υπηρεσιών που θα απαιτηθεί να προωθήσουν.
- Να μπορούν να μετρούν την αποτελεσματικότητα των εργαλείων που χρησιμοποιούν μέσα από συλλογή και ανάλυση δεδομένων.

Πολιτική Επικοινωνία

Το μάθημα «Πολιτική Επικοινωνία» περιέχει τον πρώιμο και τον ύστερο προβληματισμό που αφορά το δημόσιο λόγο, όπως αυτός αναπτύσσεται στα ΜΜΕ από δημοσιογράφους, πολιτικούς, κοινωνικούς επιστήμονες και διάφορα δημόσια πρόσωπα. Σε αυτό το πλαίσιο αναφοράς, μεγάλη έμφαση δίνεται στη εκάστοτε στάση των ΜΜΕ (ιδιαίτερα της τηλεόρασης) απέναντι στα κοινωνικά, πολιτικά, οικονομικά και άλλα συμβάντα, αναλύονται κριτικά οι τεχνικές της πολιτικής επικοινωνίας κομμάτων, φορέων κ.λπ., το πολιτικό μάρκετινγκ και η σχέση των πολιτικών και των κομμάτων με τους πολίτες καθώς και οι επιπτώσεις αυτής της σχέσης στην αντίληψη και τη στάση των τελευταίων απέναντι στην πολιτική.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών/τριων με το φαινόμενο της πολιτικής επικοινωνίας: τις μορφές διαλόγου μεταξύ πολιτών και πολιτικών (κυρίως των δεύτερων) στη δημόσια σφαίρα.

Με σκοπό τη σκέδαση της εννοιολογικής δυσκολίας του μαθήματος επιχειρείται η ενίσχυση της πρακτικής του διάστασης με δύο τρόπους: ο πρώτος αφορά την ανάλυση και παρουσίαση μιας τηλεοπτικής εκπομπής, πολιτικού ή κοινωνικού περιεχομένου, όπου και ζητείται από τους φοιτητές να σχολιάσουν κριτικά το χώρο, τη διάταξη και τις θέσεις των συμμετεχόντων στην εκπομπή, τη θεματολογία, τις αντεγκλήσεις και τα επιχειρήματα που αναπτύσσονται από τους συμμετέχοντες σε αυτήν. Η δεύτερος αφορά την οργάνωση ενός σημαντικού αριθμού debate μεταξύ φοιτητών (ανά δύο), με θέματα που ορίζονται από το διδάσκοντα και στα οποία οι φοιτητές προετοιμάζονται για να αναμετρηθούν μεταξύ τους, παρουσία των συναδέλφων τους στην αίθουσα. Με τη λήξη της αναμέτρησης (debate), οι υπόλοιποι φοιτητές, ως ακροατήριο, θέτουν ερωτήματα (σχετικά με το θέμα/τα του debate) και προκρίνουν τον νικητή με βάση τις απαντήσεις του.

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

- Τις επιστημονικές θεωρήσεις και εξελίξεις της πολιτικής επικοινωνίας.

- Τις πολιτικές και ιδεολογικές λειτουργίες των ΜΜΕ στη σύγχρονη πολιτική-κομματική αντιπαράθεση.
- Την ορολογία της πολιτικής σκέψης και επικοινωνίας, μέσω της οποίας αντιμετωπίζουν κριτικά τον πολιτικό λόγο και τις εκδηλώσεις του στα ΜΜΕ.

Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας

Το μάθημα «Μέθοδοι Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας» εισάγει τους φοιτητές στις πρακτικές που αφορούν το σχεδιασμό και τη υλοποίηση μιας επιστημονικής έρευνας ποιοτικού ή ποσοτικού χαρακτήρα. Σ' αυτό το πλαίσιο, αναλύονται ένα-ένα τα "βήματα" σχεδιασμού μιας έρευνας: α) οι αρχικοί προβληματισμοί και οι κρίσιμες υποθέσεις της, β) η σχέση επαγωγικών και απαγωγικών πρακτικών ανάλυσης, γ) η σχέση εξαρτημένης και ανεξάρτητης μεταβλητής κ.ά., από την αλληλεπίδραση των οποίων προκύπτουν στατιστικές συγκρίσεις, συσχετισμοί αντικειμένων, καταστάσεων, παραγόντων και εννοιών, τη σημασία των οποίων ο ερευνητής υποχρεούται να αποσαφηνίζει μέσα από σχετικές βιβλιογραφικές αναφορές.

Με δεδομένο ότι ο εμπειρικός χαρακτήρας μιας έρευνας προϋποθέτει την κατανόηση και τη χρήση μιας γλώσσας που περιγράφει, εξηγεί και ερμηνεύει τα φαινόμενα της περιβάλλουσας κοινωνικής (ή άλλης) πραγματικότητας, σκοπός του μαθήματος είναι, σε ένα πρώτο επίπεδο, η εστίαση των φοιτητών/τριών σε μια περιοχή ενδιαφέροντος, δηλαδή σε μια θεματική περιοχή όπως, για παράδειγμα, ο τουρισμός, η οικογενειακή ή σχολική βία, ο εθισμός στο διαδίκτυο ή τα ναρκωτικά, η/οι στάση/εις απέναντι στην πολιτική και τα πολιτικά κόμματα κ.ά. και, ακολούθως, η διατύπωση ενός κεντρικού προς διερεύνηση ερωτήματος.

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

- Να σχεδιάζουν μια έρευνα.
- Να θέτουν σωστά τις ερευνητικές της υποθέσεις.
- Να συσχετίζουν σε ένα ενιαίο ερευνητικό πλάνο τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν το κεντρικό ερώτημα και τις ερευνητικές υποθέσεις της μελέτης τους.
- Να διατυπώνουν κριτικά τις σκέψεις και τους προβληματισμούς τους.
- Να καταλήγουν σε τεκμηριωμένα συμπεράσματα.

Πολιτισμός και Παγκοσμιοποίηση

Προτείνεται μια σύντομη επισκόπηση εννοιολογική και ιστορική του πολιτισμού όπως κορυφώνονται στις μέρες μας με την παγκοσμιοποίηση ως ένα πολυσχιδές, νεοπαγές φαινόμενο. Σκοπός του μαθήματος μια πανοπτική γνώση στοιχείων της παγκόσμιας ιστορία του πολιτισμού με έμφαση την κατάληξη της, στο νέο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης.

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

- Επιλεκτικά τις σημαντικότερες στιγμές του παγκόσμιου πολιτισμού.
- Θεμελιώδη αυτογνωσία σε σχέση με την παγκόσμια πορεία του ανθρωπίνου πνεύματος.
- Πρότερες τάσεις παγκοσμιοποίησης.
- Την παγκοσμιοποίηση ως μια νέα συνθήκη στο πλαίσιο του μεταμοντέρνου.

Επικοινωνία και Αφήγηση

Επικοινωνία και γλώσσα συνυφασμένες περιοχές για τον επιστημονικό λόγο. Η αφήγηση ένα από τα πεδία εφαρμογής τους που εξετάζεται εδώ με θεωρητικό τρόπο. Σκοπός του μαθήματος η κατάδειξη της πολύπλευρης σχέσης επικοινωνίας και γλώσσας, πρωτευόντως θεωρητική.

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

- Βασικές θεωρίες γύρω από το γλωσσικό φαινόμενο.
- Θεωρητική εστίαση στην έννοια, τις χρήσεις και την σημασία της αφήγησης στην λαϊκή παράδοση αλλά και την εφαρμοσμένη επικοινωνία.
- Τη θεωρητική πλευρά της αφήγησης.

Ψηφιακή Οικονομία

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 υφίστανται στο παραδοσιακό εμπόριο. Στα πλαίσια του μαθήματος διδάσκονται οι βασικές αρχές της οικονομικής θεωρίας εστιασμένες όμως στα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία βασίζονται στο Διαδίκτυο. Με τον τρόπο αυτό γίνεται ορατή η πρακτική εφαρμογή των εν λόγω αρχών σε καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία χρησιμοποιούνται κυρίως το Διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα. Αναλύονται οι αξιακές αλυσίδες και πώς αυτές επηρεάζουν τους οικονομικούς δείκτες επιχειρήσεων που λειτουργούν μέσω του Διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων.

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση των βασικών αρχών οικονομικής θεωρίας και την επίδραση του Διαδικτύου στο οικονομικό περιβάλλον.

Στο μάθημα παρουσιάζονται μελέτες περιπτώσεων προκειμένου να γίνει κατανοητό καλύτερα το θεωρητικό πλαίσιο.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Γνωρίζουν βασικές οικονομικές έννοιες.
- Κατανοούν πώς οι Τεχνολογίες Πληροφορικής Επικοινωνιών (ΤΠΕ) και η επιδρούν στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική δραστηριότητα.
- Αναλύουν και αξιολογούν τις επιπτώσεις και επιδράσεις των ΤΠΕ τόσο σε μικρό όσο και μακρο-οικονομικό επίπεδο.
- Κατανοούν τις αλλαγές της ψηφιακής οικονομίας και της συμβολής τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή III

Η Επικοινωνία Ανθρώπου Υπολογιστή (Human Computer Interaction - HCI) αποτελεί τον τομέα που μελετά την αλληλεπίδραση των χρηστών με διαδραστικά συστήματα όπως είναι οι εφαρμογές που χρησιμοποιούν τα κινητά τηλέφωνα. Ο σκοπός του μαθήματος αφορά πώς οι άνθρωποι επικοινωνούν και αλληλεπιδρούν με τις φορητές ηλεκτρονικές συσκευές και τις εφαρμογές που διαθέτουν ώστε να επιτύχουν το μέγιστο αποτέλεσμα με βάση το στόχο τους. Ειδικότερα το μάθημα εξετάζει τα χαρακτηριστικά των διεπαφών καθώς και των αλληλεπιδράσεων που υποστηρίζουν αυτές οι εφαρμογές. Γίνεται αναφορά σε εφαρμογές κινητών τηλεφώνων που προσφέρουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα ηλεκτρονικά καταστήματα και οι οργανισμοί. Τέλος, ειδική αναφορά πραγματοποιείται και στην περίπτωση

των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των εφαρμογών που προσφέρουν ώστε να επιτύχουν την μέγιστη διάδραση και την εμπύθιση στους επισκέπτες τους μέσα από την χρήση των κινητών συσκευών.

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

- Να σχεδιάζουν καινοτόμες εφαρμογές που αφορούν κινητά τηλέφωνα/συσκευές.
- Να σχεδιάζουν εύχρηστες εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα/συσκευές
- Να αξιολογούν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα/συσκευές.
- Να δημιουργούν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα/συσκευές που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των χρηστών που τις χρησιμοποιούν.
- Να επανασχεδιάζουν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα/συσκευές.
- Να κατανοούν διεπαφές που αφορούν εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα/συσκευές.

14.1.6. Μαθήματα ΣΤ' Εξαμήνου

Προσωπικά Δεδομένα και Ιδιωτικότητα

Η ολοένα και μεγαλύτερη χρήση του Διαδικτύου έχει αναγείρει σημαντικά ζητήματα σχετικά με την προστασία της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων των χρηστών του Διαδικτύου. Τα εν λόγω ζητήματα έχουν γίνει εντονότερα δεδομένης της εξίσου μεγάλης χρήσης των κινητών συσκευών, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και της αναμενόμενης διείσδυσης του Διαδικτύου των Πραγμάτων (Internet of Things), στα οποία η συλλογή, επεξεργασία και αποθήκευση των προσωπικών δεδομένων αναμένεται να λάβει ακόμη μεγαλύτερη έκταση. Στα πλαίσια του εν λόγω μαθήματος παρουσιάζεται το γενικό θεωρητικό υπόβαθρο της ιδιωτικότητας και της ασφάλειας στις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες. Επιπλέον αναλύεται το εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές πλαίσιο, σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτικότητα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη πρόσβαση, επεξεργασία και αποθήκευση των προσωπικών δεδομένων από συσκευές, εφαρμογές και υπηρεσίες.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίζουν:

- Τις βασικές αρχές της ιδιωτικότητας και της ασφάλειας στις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες.
- Το θεσμικό πλαίσιο προστασίας της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων.

Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Διαδίκτυο

Το μάθημα πραγματεύεται το θέμα της δημιουργίας ηλεκτρονικών εκδόσεων, οι οποίες είναι διαθέσιμες μέσω του Διαδικτύου. Σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή στο θέμα των ηλεκτρονικών εκδόσεων και των διαφορετικών καναλιών διανομής του περιεχομένου με υπάρχουσες μεθόδους παραγωγής ηλεκτρονικών/ψηφιακών εκδόσεων και ηλεκτρονικών βιβλίων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις ηλεκτρονικές εκδόσεις που προβάλλουν ειδησεογραφικό και ενημερωτικό περιεχόμενο, ως προς την ευχρηστία τους ώστε οι αναγνώστες μέσω διαφορετικών συσκευών να μπορούν να διαβάσουν αυτό που επιθυμούν. Τέλος, παρουσιάζεται σε βάθος τα εργαλεία που επεκτείνουν τις δυνατότητες όσον αφορά την υποστήριξη ηλεκτρονικών εκδόσεων.

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

- Να σχεδιάζουν ηλεκτρονικές εκδόσεις.
- Να επεξεργάζονται ηλεκτρονικές εκδόσεις.

- Να δημιουργούν ηλεκτρονικές εκδόσεις.
- Να προωθούν ηλεκτρονικές εκδόσεις.

Στατιστικές Μέθοδοι και Εφαρμογές

Το μάθημα ασχολείται κυρίως με την περιγραφική στατιστική, στην παρουσίαση δηλαδή και τη συνοπτική περιγραφή δεδομένων. Στο πλαίσιο των διαλέξεων του μαθήματος, γίνεται αναφορά και στις εισαγωγικές έννοιες της θεωρίας πιθανοτήτων, στις τυχαίες μεταβλητές, τις κατανομές πιθανότητας, τις μονοδιάστατες διακριτές κατανομές, τις μονοδιάστατες συνεχείς κατανομές και τη δειγματοληψία.

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση των βασικών στατιστικών εννοιών και μεθόδων της περιγραφικής στατιστικής. Παράλληλα, επιδιώκεται η ανάπτυξη στατιστικού τρόπου σκέψης και ανάλυσης ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων με έμφαση στην εξοικείωση με τις σύγχρονες μεθόδους και εργαλεία διαχείρισης και ανάλυσης των δεδομένων αυτών.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Στατιστική ανάλυση, δημιουργία γραφημάτων, παρουσίαση δεδομένων.
- Ανάλυση δεδομένων δημοσκοπικών ερευνών προερχόμενων από πλατφόρμες τύπου Google κοκ.
- Εκμάθηση SPSS.
- Καταχώρηση δεδομένων.
- περιγραφική στατιστική.
- περιγραφή μεταβλητών.
- επαγωγική στατιστική.
- χ^2 τεστ.
- t- τεστ.
- ανάλυση διακύμανσης (one way Anova).
- Απλή γραμμική παλινδρόμηση reliability analysis.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Θα έχουν κατανοήσει βασικές αρχές της στατιστικής επιστήμης.
- Θα έχουν μάθει τις απαιτούμενες λειτουργίες του SPSS.
- Θα μπορούν να αναλύουν στατιστικά δεδομένα με την χρήση στατιστικών πακέτων εξαγοντας αξιόπιστα συμπεράσματα σε μελλοντικές έρευνες.

Διοίκηση Έργων

Το μάθημα εισάγει τους φοιτητές στις πρακτικές που αφορούν το σχεδιασμό, την υλοποίηση, την κοστολόγηση και τον χρονοπρογραμματισμό ενός έργου και, φυσικά, την παρακολούθηση (έγκαιρης) υλοποίησης όλων των ανωτέρω. Η Διοίκηση Έργων εναρμονίζεται α) με τη διοίκηση επιχειρήσεων και οργανισμών, με την έννοια ότι διέπεται από τις ίδιες αρχές και, β) με τις πρακτικές και τις διαδικασίες του Διοίκησης Έργου (Project Management) ανεξάρτητα από το πόσο αυτό αφορά το σχεδιασμό ενός ψηφιακού έργου. Μέγιστο μέλημα του μαθήματος είναι η κατανόηση της σημασίας της ορθής ιεράρχησης των

εσωτερικών διεργασιών και του προσδιορισμού των πιο κρίσιμων από αυτές, με κριτήριο την επίδρασή τους στο χρονοδιάγραμμα ολοκλήρωσης του έργου. Σε αυτό το αυστηρό πλαίσιο χρονικής δέσμευσης αναλύονται κατά σειρά η «Δομή Ανάλυσης Εργασιών (ΔΑΕ) και τα «τυπικά υποέργα», το «Κριτικό Μονοπάτι» (critical path), έννοιες «Ορόσημο» και «Παραδοτέο», τα εργαλεία χρονοπρογραμματισμού (διάγραμμα αξιολόγησης έργου - PERT) και, τέλος, η εκτίμηση κόστους και η διαχείριση κινδύνων.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών στο σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός έργου, από τη φάση της αρχικής σύλληψης του (γιατί φτιάχτηκε και τι ακριβώς κάνει) μέχρι του σημείου ανάλυσης των υποέργων του και την τελική υλοποίησή του.

Στο εργαστηριακό μέρος διδάσκεται ο τρόπος προγραμματισμού και διαχείρισης των έργων μέσω Η/Υ.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα:

- Έχει γνώση των εργαλείων και των τεχνικών της διαχείρισης του έργου και πως αυτά χρησιμοποιούνται για να εξασφαλίσουν την επιτυχή ολοκλήρωση των έργων σε χρόνο και εντός του προϋπολογισμού

Ψηφιακές Τέχνες και Ψυχαγωγία

Τα ψηφιακά μέσα δεν έχουν επιφέρει μόνο θεμελιώδεις αλλαγές στην καθημερινότητα μας αλλά διαμορφώνουν τα ήθη και τις πρακτικές μας, όπως και 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 το animation 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 το πώς η ψηφιακή κουλτούρα έχει μπει για καλά στην καθημερινότητα μας.

Στο μάθημα παρουσιάζονται μελέτες περίπτωσης από τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική βιομηχανία και τη βιομηχανία των παιχνιδιών. Ειδικά ως προς τον κινηματογράφο και την τηλεόραση, παρουσιάζονται οι τεράστιες αλλαγές που έχουν επέλθει με την ραγδαία ανάπτυξη των digital effects. Παράλληλα, γίνεται μια εισαγωγή στον ευρύτερο χώρο των ψηφιακών μορφών τέχνης, συμπεριλαμβανομένου του θεάτρου, του χορού, της γλυπτικής και της ζωγραφικής, καθώς και στον κόσμο των αμιγώς ψηφιακών τεχνών όπως τα live installations και live electronics, video art κλπ. μέσα από φοιτητικές εργασίες και μελέτες περίπτωσης.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Θα έχουν κατανοήσει τους όρους, κανόνες και πρακτικές των πολιτιστικών βιομηχανιών.
- Θα έχουν συνειδητοποιήσει τον ρόλο της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στις τέχνες και την ψυχαγωγία.
- Θα έχουν κατανοήσει την έννοια της διάδρασης και πώς αυτή αλλάζει την έννοια της ψυχαγωγίας.
- Θα γνωρίζουν τα τρέχοντα τεχνολογικά επιτεύγματα στον χώρο των ψηφιακών τεχνών και της ψυχαγωγίας και θα είναι σε θέση να τα αξιολογήσουν και να τοποθετηθούν επί αυτών.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας σύγχρονος τομέας του επιχειρείν καθώς ολοένα και περισσότερο οι ιδιωτικών συμφερόντων οργανισμοί αναγνωρίζουν το ότι είναι απαραίτητο να συμβάλλουν για την τοπική εθνική ή και παγκόσμια συνύπαρξη. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) τομέας της Εταιρικής Διακυβέρνησης και δέσμευση ολοένα και περισσότερων επιχειρήσεων για συμμόρφωση σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά πλαίσια ηθικών αρχών και κανόνων. Σκοπός του μαθήματος είναι να γίνει μία σύντομη επισκόπηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με πρώτιστο στόχο τη βιωσιμότητα τόσο της επιχείρησης όσο και του κοινωνικού και οικολογικού περιβάλλοντος.

Στο μάθημα, εμπεδώνεται ο σχεδιασμός και η υλοποίηση στοιχείων προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που σχετίζονται με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, την κοινωνία και τον πολιτισμό.

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

- Έναν ευρύ τρόπο θέασης του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.
- Τη σύντομη ιστορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τη σύνδεσή της με την Εταιρική Διακυβέρνηση.
- Τη σημασία για την πλανητική βιωσιμότητα της ΕΚΕ, σύνδεση των περιβαλλοντικών ζητημάτων με την πολιτική οικολογία.
- Τη διασύνδεση επιχειρήσεων και κοινωνικών αναγκών.
- Τη συμβολή επιχειρήσεων στο πολιτισμικό γίγνεσθαι.

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Δημοσιογραφία

Η διείσδυση των νέων μέσων και του Διαδικτύου στο δημοσιογραφικό έργο έχει άμεση σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον τρόπο που μπορούν αυτά να χρησιμοποιηθούν από επαγγελματίες δημοσιογράφους και απλούς πολίτες. Σκοπός του μαθήματος είναι οι τεχνικές και οι μέθοδοι, όπου οι δημοσιογράφοι αλλά και η κοινωνία των πολιτών μπορούν να χρησιμοποιήσουν για την ενημέρωση και τη δημοκρατία. Η χρήση μηνυμάτων, εικόνων, εικονοσυμβόλων, ήχων, κινούμενης εικόνας αλλά και απευθείας μετάδοσης πολυμεσικής πληροφορίας με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει διαμορφώσει την σημερινή κοινωνία. Στις μέρες μας τα κοινωνικά κινήματα έχουν άμεση σχέση με την ενημέρωση και την αμεσότητα των γεγονότων που μεταδίδονται εξ' ολοκλήρου σχεδόν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι ίδιοι οι ενημερωτικοί οργανισμοί επενδύουν και μεταδίδουν ενημερωτικές πληροφορίες μέσω των διαδικτυακών τόπων τους και προσπαθούν να έρθουν σε επαφή και να αλληλεπιδράσουν με το κοινό τους μέσα από τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα επικοινωνίας.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Δημιουργία ενημερωτικού περιεχομένου για διαφορετικού τύπου μέσα κοινωνικής δικτύωσης (εικόνα, ήχος, βίντεο).
- Σύνδεση ενημερωτικού διαδικτυακού τόπου και μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Παραγωγή και ανάρτηση σε διαδικτυακό τόπο αλληλεπιδραστικών διαγραμμάτων.
- Ενσωμάτωση της κοινωνίας των πολιτών στη δημοσιογραφία μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media).

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

- Τον τρόπο εφαρμογής των αρχών της δημοσιογραφίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Το να επικοινωνούν ορθά το περιεχόμενο που παράγουν ώστε να ενημερωθούν οι πολίτες από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Τους βέλτιστους τρόπους να χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την ενημέρωση.

Ψηφιακό Μάρκετινγκ II

Το ψηφιακό τοπίο του μάρκετινγκ συνεχώς μεταβάλλεται όπως και οι συνήθειες των χρηστών στον ψηφιακό κόσμο. Νέα εργαλεία και εφαρμογές κάνουν την εμφάνισή τους συνεχώς και οι δυνατότητες του Ψηφιακού Μάρκετινγκ συνεχώς αυξάνονται. Στο δεύτερο μάθημα Ψηφιακού Μάρκετινγκ παρουσιάζονται προχωρημένα θέματα αλλά και οι τελευταίες εξελίξεις στο χώρο.

Στο μάθημα παρουσιάζονται θέματα branding και στρατηγικής για τον σχεδιασμό και την αποτίμηση μιας ολοκληρωμένης καμπάνιας ψηφιακού Μάρκετινγκ. Δίνεται μεγαλύτερη βαρύτητα στην προώθηση μέσα από μηχανές αναζήτησης. Παρουσιάζεται όλο το θεωρητικό πλαίσιο της διαφήμισης στις μηχανές αναζήτησης καθώς και οι αλγόριθμοι που καθορίζουν τη θέση και την αποτελεσματικότητα μιας διαφήμισης. Τέλος παρουσιάζονται θέματα αιχμής στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ αλλά και Τεχνολογίες που θα αποτελέσουν το μέλλον του.

Το θεωρητικό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω ενότητες:

- Brand identity: Τι είναι brand στον ψηφιακό κόσμο. Χρήση ψηφιακών εργαλείων για τη δημιουργία brand.
- Market research: Καθορισμός και ανάλυση αγοράς στόχου με χρήση ψηφιακών εργαλείων.
- Στρατηγική και Στόχοι: Δημιουργία στρατηγικής ψηφιακού Marketing, καθορισμός στόχων, επιλογή KPI για μέτρηση αποτελεσματικότητας, επιλογή εργαλείων και πλατφόρμας για προώθηση.
- Copy writing: Παρουσίαση τεχνικών και ψηφιακών εργαλείων για δημιουργία κειμένων με στόχο τις πωλήσεις.
- Display Advertising: Βασικές αρχές δημιουργίας ελκυστικών γραφικών ψηφιακών διαφημίσεων με βάση αποδεκτά διεθνή πρότυπα και καλές πρακτικές.
- Search Engine Marketing/Paid Search: Θεωρητικό πλαίσιο για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την διαχείριση καμπάνιας προβολής σε μηχανές αναζήτησης. Παραδείγματα στην πλατφόρμα Google Ads. Διαχείριση προϋπολογισμού και χρήση αναφορών.
- Social Media Marketing: Δυνατότητες προβολής και προώθησης που προσφέρουν τα πιο γνωστά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Instagram, Twitter κ.α.).
- Chatbots: Παρουσίαση των δυνατοτήτων και απλών μεθόδων προγραμματισμού chatbots για εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις.
- Programmatic Advertising: Παρουσίαση των δυνατοτήτων προγραμματισμού και αυτόματης προσαρμογής μιας διαφημιστικής καμπάνιας σε μηχανή αναζήτησης.
- Artificial Intelligence Marketing: Χρήση δυνατοτήτων της Τεχνητής Νοημοσύνης όπως η μηχανική μάθηση (machine learning) σε συνδυασμό με δεδομένα πωλήσεων και

πελατών που έχουμε συλλέξει για τη βελτίωση και επιτάχυνση της αγοραστικής εμπειρίας ενός πελάτη (customer journey).

Το εργαστηριακό τμήμα του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Display Advertising: Χρήση ψηφιακών εργαλείων για δημιουργία ελκυστικών γραφικών ψηφιακών διαφημίσεων.
- Search Engine Marketing Σχεδιασμός, υλοποίηση και διαχείριση καμπάνιας για προβολή σε μηχανές αναζήτησης. Παραδείγματα στην πλατφόρμα Google Ads. Διαχείριση προϋπολογισμού και χρήση αναφορών.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει:

- Να μπορούν να σχεδιάζουν με λεπτομέρεια στρατηγικές Ψηφιακού Μάρκετινγκ.
- Να γνωρίζουν ποιοι είναι σημαντικοί παράγοντες απόδοσης (KPI) που πρέπει να παρακολουθούν για να βελτιώνουν και να αξιολογούν την στρατηγική που έχουν σχεδιάσει.
- Να γνωρίζουν τις τελευταίες εξελίξεις στο Ψηφιακού Μάρκετινγκ.
- Να μπορούν να σχεδιάσουν, να υλοποιήσουν, να διαχειριστούν και να παρακολουθήσουν μια καμπάνια προβολής στις μηχανές αναζήτησης.
- Να γνωρίζουν τις βασικές αρχές σχεδιασμού ενός Chatbot.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Η διδασκαλία του μαθήματος του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-Commerce) αφορά 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 επικοινωνίας, ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Σκοπός του μαθήματος είναι η διερεύνηση και η κατανόηση των αρχών του ηλεκτρονικού εμπορίου, των επιπτώσεων του στην κοινωνία και ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων. Τέλος, η δημιουργία και η ανάπτυξη μιας θεωρητικής βάσης αλλά και εργαλείων που διευκολύνουν τη λήψη αποφάσεων και βοηθούν τους ενδιαφερόμενους στις δράσεις τους.

Στο μάθημα πραγματοποιείται επισκόπηση των βασικών εργαλείων του ηλεκτρονικού εμπορίου και περιλαμβάνει την ανάλυση μελετών περίπτωσης. Τέλος, οι φοιτητές αναλαμβάνουν project στα οποία δημιουργούν και διαχειρίζονται το δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Σχεδιασμό ηλεκτρονικών καταστημάτων.
- Πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Διαδραστικά συστήματα πλοήγησης για το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Δημιουργία και διαχείριση ηλεκτρονικών καταστημάτων.

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

- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

- Γνωρίζουν πως να δημιουργούν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Γνωρίζουν πως λειτουργούν οι πλατφόρμες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Γνωρίζουν πως πρέπει να είναι διαμορφωμένο το υλικό για το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες όπως είναι η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

14.1.7. Μαθήματα Ζ' Εξαμήνου

Συγγραφή Ερευνητικής Μελέτης

Στο μάθημα αυτό πραγματοποιείται η εξοικείωση των φοιτητών με την ανάγνωση και ανάλυση επιστημονικών άρθρων, με τις τεχνικές προετοιμασίας και τις προδιαγραφές σχεδιασμού, εκπόνησης, συγγραφής και παρουσίασης επιστημονικών εργασιών. Δύο σημαντικά στοιχεία τα οποία τονίζονται στο μάθημα είναι τα εξής:

(α) Η επικοινωνιακή διάσταση της έρευνας, οπότε και επικεντρωνόμαστε στις δεξιότητες γραπτής και προφορικής επικοινωνίας στο ερευνητικό περιβάλλον, αλλά και ευρύτερα στην στρατηγική επικοινωνίας του ερευνητικού "προϊόντος".

(β) Η επιστράτευση των ψηφιακών μέσων, όχι μόνο ως μεθοδολογικών εργαλείων, αλλά και ως αυτοτελών αντικειμένων έρευνας, δηλαδή η μελέτη τους ως εργαλείων επαγγελματικών ή ως μερών της καθημερινότητας.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εντρυφήση στην ολοκληρωμένη διαχείριση ερευνητικών υποθέσεων, στον σχεδιασμό μεθόδων προσέγγισης και στην εκπόνηση και επικοινωνία ολοκληρωμένων ερευνών. Το εφόδιο αυτής της γνώσης μπορεί να συσχετισθεί:

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

Στο μάθημα εφαρμόζονται ασκήσεις εμπέδωσης, είτε εργασίες, είτε κατά περίπτωση ασκήσεις ελεύθερου χρόνου, ούτως ώστε οι φοιτητές να έχουν την ευχέρεια να διαχειρισθούν τον χρόνο του ανετότερα και να εργάζονται πάνω στις ασκήσεις ή εργασίες με το δικό του ρυθμό και ύφος.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές:

- Θα γνωρίζουν τις βασικές μεθόδους έρευνας στον χώρο της Εφαρμοσμένης Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων καθώς και τις μεθόδους βιβλιογραφικής επισκόπησης.
- Θα γνωρίζουν σύγχρονες ερευνητικές μεθόδους, βασισμένες στα ψηφιακά μέσα, όπως η καταγραφή χρήσης, το eye-tracking, η ανάλυση περιεχομένου με εξειδικευμένο λογισμικό κ.ο.κ.
- Έχοντας μελετήσει διάφορες επιστημονικές εργασίες θα έχουν κατανοήσει τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις αυτών, όπως και την ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε.
- Θα έχουν εντρυφήσει στις βασικές τεχνικές συγγραφής επιστημονικών διατριβών και άρθρων.

Ψηφιακή Αφηγηματολογία

Οι ιστορίες αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας. Οι συγκλονιστικές ιστορίες μας μεταφέρουν στον αφηγηματικό κόσμο αφήνοντας πίσω τη δική μας πραγματικότητα. Για να στοιχειοθετηθεί μια ιστορία, απαιτείται μια σειρά λογοτεχνικών χαρακτηριστικών, συμπεριλαμβανομένου ενός κύριου χαρακτήρα που οδηγεί την ιστορία, μια πλοκή με μία ή περισσότερες δραματικές στροφές και επιτηδευμένη σκέψη.

Σκοπός του μαθήματος είναι η διδαχή της έννοιας της ιστορίας και του τι κάνει μια ιστορία συναρπαστική. Επιχειρείται η αλληλεπίδραση με όλες οι διαφορετικές αφηγηματικές τεχνικές και μορφές ιστοριών μη φαντασίας (non-fiction) σε διάφορους τομείς όπως το ντοκυμαντέρ, η πολιτιστική αναπαράσταση, η μουσειακή περιήγηση κ.ο.κ.

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

- Εφαρμόζουν τις καθολικές αρχές της αφήγησης στο σχεδιασμό νέων μέσων, εξετάζοντας διαδραστικά στοιχεία στις ιστορίες, τα οποία εμπλέκουν ενεργά τον αναγνώστη.
- Πειραματίζονται με τη διαδραστική αφήγηση στα μουσεία, στο branding και στα σοβαρά παιχνίδια.
- Διαπραγματεύονται το πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί η διαδραστικότητα στην αφήγηση με ουσιαστικό τρόπο.
- Υλοποιούν με άνεση ψηφιακές ιστορίες.

Διαχείριση Κρίσεων

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 μπουν στη σκηνή 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 υποδμήσεις 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.

Κοινωνική Ψυχολογία

Η πειθώ, απαραίτητη δεξιότητα και ικανότητα στο σύγχρονο επιχειρείν. Εξετάζεται από την αρχαιότερη μορφή της, τη Ρητορική, ως τις σύγχρονες εφαρμογές της με έμφαση αυτές του επιχειρείν. Ο κορμός του μαθήματος αποτελείται από τη μελέτη του πειραματικού όλου της κοινωνικής ψυχολογίας, δηλαδή της Κοινωνικής Επιρροής. Σκοπός του μαθήματος είναι η καλύτερη δυνατή γνώση των γνωσιακών αποτελεσμάτων των πειραμάτων που αποτελούν την κοινωνική επιρροή.

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

- Την πολυετή ιστορία του πειραματικού πλαισίου της κοινωνικής ψυχολογίας.
- Ένα ευρύτατο και συνεκτικό σύνολο τρόπων πειθούς και γνώσης που έχει κατακτηθεί σχετικά.
- Τη σημασία της πλειονοτικής επιρροής και την έννοια της συμμόρφωσης.
- Την ιδιαιτερότητα της μειονοτικής επιρροής και την έννοια της σύγκρουσης.
- Τα σύγχρονα μοντέλα κοινωνικής επιρροής.

Τουριστικό Μάρκετινγκ

Η 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 παρουσιαστούν στους φοιτητές οι μεγάλες δυνατότητες που παρέχουν τα ψηφιακά μέσα αλλά κυρίως τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης για την προώθηση και την πώληση του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής.

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.

Οπτικός Πολιτισμός και Σημειολογία

Οι σπουδές πολιτισμού είναι συνυφασμένες με αυτές τις επικοινωνίες καθώς σε πολλούς από τους διεθνείς επιστημονικούς οργανισμούς συνεξετάζονται. Στο εν λόγω μάθημα διδάσκεται συνοπτικά η ιστορία της εικόνας στην ανθρώπινη πολιτισμική συνύπαρξη από την εποχή των σπηλαίων μέχρι την ψηφιακή εποχή με έμφαση σε αυτήν και γίνεται μια εισαγωγή στην σημειολογία. Σκοπός του μαθήματος, η μελέτη, με απομυθοποιητικό τρόπο, της εικόνας ως νευραλγικού στοιχείου του σύγχρονου πολιτισμού.

Στο μάθημα προσεγγίζεται, πρώτον, η εμπειρική έρευνα του οπτικού πολιτισμού (Visual Culture) με παραδείγματα από την υφιστάμενη βιβλιογραφία, η ανάπτυξη της μεθοδολογίας των οπτικών σπουδών και η υπολογιστική ανάλυση οπτικών δεδομένων και επίσης, η ανάλυση του οπτικού πολιτισμού με τη χρήση της σημειολογίας (σημειωτικής).

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

- Τις βασικές αρχές της σημειολογίας (σημειωτικής).
- Τη σημειολογική δύναμη των εικονικών σημείων, στατικών ή εν κινήσει.
- Με συνοπτικό τρόπο τη διαπολιτισμική κοινότητα και τη διαφοροποίηση από πολιτισμό σε πολιτισμό διαχρονικά και μέσα στο χώρο.
- Την αιτιολόγηση της άρρηκτης σχέσης πολιτισμού και εικόνας.
- Βασικά στοιχεία της ιστορίας της φωτογραφίας και την επίδρασή της στην αντίληψή για την αναπαράσταση.
- Να χειρίζονται την οπτική επικοινωνία στη βάση των υφιστάμενων θεωριών.
- Το πολιτισμικό πλαίσιο και τα καλλιτεχνικά κινήματα του 19ου και του 20ου αιώνα.
- Το ρόλο της φωτογραφικής εικόνας και της κινούμενης εικόνας (κινηματογράφος) στην εξέλιξη της οπτικής πρόσληψης από τα μέσα του 19ου αιώνα έως τις μέρες μας.

Κοινωνιολογία του Διαδικτύου

Το μάθημα εκκινά από τις έννοιες και τις θεωρίες της «Κοινωνίας της Πληροφορίας» και της «Κοινωνικής Πληροφορικής» για να επικεντρωθεί στο νεότευκτο πεδίο της «Κοινωνιολογίας του Διαδικτύου». Σκοπός του μαθήματος είναι να εξετάσει το φαινόμενο της επικοινωνίας «ως κοινωνική αλληλόδραση μέσω μηνυμάτων» (κειμενικού ή πολυμεσικού χαρακτήρα) από κοινωνιολογική σκοπιά δίνοντας έμφαση στη «διαμεσολαβημένη», στην «οιονεί διαμεσολαβημένη» και στην «μεσοποιημένη» επικοινωνία, όπως αυτές λαβαίνουν χώρα στο διαδίκτυο.

Στο μάθημα, θα παρουσιαστεί η ιδιαιτερότητα της διαμεσολαβημένης και μεσοποιημένης επικοινωνίας και οι κοινωνικές τους προεκτάσεις.

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

- Τα πλουραλιστικά και κλασικά θεωρητικά υποδείγματα επικοινωνίας αναφορικά με το διαδίκτυο.
- Τη διαδικασία μετάδοσης μηνυμάτων από τα Μέσα, όπου η ιδέα του McLuhan («το μέσο είναι το μήνυμα») ανοίγει ένα ευρύ πεδίο προβληματισμού.
- Τις προσεγγίσεις εκείνες που εντάσσονται στο πλαίσιο του κοινωνικού κονστρουκτιβισμού που εξετάζει την «κατασκευή της πραγματικότητας» από τα ΜΜΕ.

Ψηφιακός Πολιτισμός και Μουσεία

Τα τελευταία χρόνια η ψηφιοποίηση μεγάλου όγκου δεδομένων που αφορούν τον πολιτισμό, έχει δημιουργήσει ένα παράλληλο κόσμο, τον ψηφιακό πολιτισμό. Σκοπός του μαθήματος είναι να μελετηθεί αυτή η συμβίωση του ψηφιακού πολιτισμού και των μουσείων. Παράλληλα, η εξοικείωση των φοιτητών με την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών σε πολιτισμικά αγαθά και τις ψηφιακές εφαρμογές των σύγχρονων μορφών πολιτισμού καθώς το σύγχρονο μουσείο, αντλεί τρόπους και εφαρμογές από την τεχνολογία και τις σύγχρονες συσκευές επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης. Τέλος, η ύλη του μαθήματος καλύπτει θεματικές όπως οι ιστοσελίδες πολιτιστικού περιεχομένου, τα εικονικά μουσεία, η ψηφιοποίηση, η εικονική πραγματικότητα, η επαυξημένη πραγματικότητα και οι ψηφιακές συλλογές.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Πλατφόρμες δημιουργίας ψηφιακών μουσείων.
- Διαδραστικά συστήματα πλοήγησης για τον πολιτισμό.
- Συστήματα εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας για τον πολιτισμό και τα μουσεία.
- Ψηφιακή ξενάγηση.

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

- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα για τον πολιτισμό.
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για πολιτιστικούς οργανισμούς και μουσεία.
- Γνωρίζουν πως να δημιουργούν ένα ψηφιακό μουσείο.
- Γνωρίζουν πως λειτουργούν οι πλατφόρμες των ψηφιακών μουσείων
- Γνωρίζουν πως πρέπει να είναι διαμορφωμένο το ψηφιακό υλικό προβολής για την προώθηση ενός μουσείου.
- Γνωρίζουν πως να χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες όπως είναι η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα για τον πολιτισμό.

Ψηφιακές Γραφικές Αναπαραστάσεις Επικοινωνίας

Το μάθημα αφορά στη χρήση των στοιχείων και των αρχών σχεδίασης σε συνάρτηση με τη «γλώσσα»/επικοινωνία. Σκοπός του μαθήματος είναι η δημιουργία γραφικών αναπαραστάσεων με τη χρήση υπολογιστή. Οι θεματικές περιλαμβάνουν βασική ορολογία και σχεδιαστικούς κανόνες, καθώς και εισαγωγή στη γραφιστική ψηφιακή επικοινωνία, που έχει ως στόχο να οδηγήσει στην ανακάλυψη και κατανόηση της οπτικής αναπαράστασης. Εξετάζονται ζητήματα όπως η φόρμα και η σύνθεση, καθώς και η αξία τους στη διαδικασία σχεδίασης, η ισορροπία, ο ρυθμός και η αρμονία. Παράλληλα, με αναλυτικό και συστηματικό τρόπο εμπεδώνονται τα ζητήματα της εταιρικής ταυτότητας και της δημιουργίας λογοτύπου, σε σύνδεση με το περιεχόμενο του. Στη συνέχεια εστιάζεται η προσαρμογή της εταιρικής ταυτότητας σε εκθεσιακούς χώρους και ψηφιακές εφαρμογές για το διαδίκτυο αλλά για τα έντυπα μέσα.

Επιχειρείται μια πρώτη προσέγγιση των βασικών γραφιστικών εφαρμογών μιας προωθητικής καμπάνιας, ενώ αναλύεται η στρατηγική (branding) και ο ρόλος της εταιρικής ταυτότητας στο προφίλ μιας επιχείρησης ή οργανισμού και τίθενται οι βάσεις για το σχεδιασμό λογοτύπου. Παράλληλα, ερευνάται η προσαρμογή της εταιρικής ταυτότητας σε έντυπες και

ψηφιακές εφαρμογές όπως π.χ. κάρτες, επιστολόχαρτα, φυλλάδια, αφίσες, ιστοσελίδες, εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα κλπ. Ανατίθενται φοιτητικά projects στα οποία δημιουργούνται γραφικές αναπαραστάσεις που αφορούν την εταιρική ταυτότητα οργανισμών και επιχειρήσεων. Η παρουσίαση παραδειγμάτων προσανατολισμένα στη δημιουργία συγκεκριμένων εννοιών σχεδίασης, θέτει τις βάσεις για το σχεδιασμό ενός ολοκληρωμένου έργου.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Να ολοκληρώσουν μια οπτικοποίηση εννοιών, με εφαρμογή διαφορετικών προσεγγίσεων, εννοιολόγησης και σκιαγράφησης ιδεών και παρουσίασής τους.
- Να επιτύχουν τη σχεδίαση Σήματος-Λογοτύπου και συνεκτικής Ταυτότητας.
- Να σχεδιάσουν αφίσες, επαγγελματικές κάρτες, επιστολόχαρτα και εικονοσύμβολα που χρησιμοποιούνται σε ψηφιακές εφαρμογές.
- Να δημιουργούν γραφικές αναπαραστάσεις για έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα.

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

- Να ολοκληρώσουν μια έρευνα οπτικοποίησης εννοιών, με εφαρμογή διαφορετικών προσεγγίσεων, εννοιολόγησης και σκιαγράφησης ιδεών και παρουσίασής τους.
- Να επιτύχουν τη σχεδίαση Σήματος-Λογοτύπου και συνεκτικής Ταυτότητας.
- Να υλοποιήσουν ψηφιακές εφαρμογές σύμφωνα με τις θεωρητικές και πρακτικές αρχές του Σχεδιασμού Γραφικών Αναπαραστάσεων Χρήσης (User Graphic Interface Design).
- Να κατανοούν και να μπορούν να αναλύσουν τη σχέση μεταξύ προϊόντος, επικοινωνίας και σχεδιασμού διεπαφών.

Δίκτυα Υπολογιστών και Υπηρεσίες

Τα δίκτυα υπολογιστών είναι η κύρια βάση πάνω στην οποία λειτουργούν τα Ψηφιακά Μέσα και πραγματοποιούνται όλες οι σύγχρονες επικοινωνίες. Το μάθημα εστιάζει στα βασικά σημεία της θεωρίας των δικτύων υπολογιστών προκειμένου να είναι αντιληπτές οι δικτυακές τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στις ψηφιακές επικοινωνίες. Στο μάθημα παρουσιάζονται οι βασικές αρχές λειτουργίας διαφόρων μορφών δικτύων όπως ενδεικτικά: PAN (Personal Area Networks), HAN (Home Area Networks), LAN (Local Area Networks), MAN (Metropolitan Area Networks). Επιπλέον αναλύεται η λειτουργία των δορυφορικών δικτύων στα οποία βασίζονται οι δημοφιλέστερες εφαρμογές κινητών (LBS – Location Based Services). Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην δικτυακή αρχιτεκτονική του Διαδικτύου και στις δικτυακές τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για την διασύνδεση των υπολογιστών / συσκευών στο Διαδίκτυο, προκειμένου αφενός να γίνουν κατανοητές οι δικτυακές τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στο Διαδίκτυο και αφετέρου να αναλυθεί η μετάβαση από το Διαδίκτυο, στο Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things) και εν τέλει στο Διαδίκτυο των Πάντων (Internet of Everything).

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Βασικές αρχές προγραμματισμού (ενδεικτική πλατφόρμα Scratch).
- Βασικές γλώσσες προγραμματισμού (HTML, CSS, JS).
- Βασικές αρχές στις βάσεις δεδομένων (ενδεικτικά MySQL).

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

- Τις βασικές αρχές λειτουργίας των δικτύων υπολογιστών διαφορετικής εμβέλειας (PAN, HAN, LAN, MAN, Satellite).
- Τις βασικές αρχές λειτουργίας του Διαδικτύου.
- Να υλοποιούν βασικά προγράμματα σε διάφορες γλώσσες προγραμματισμού (Scratch, HTML, JS).

14.1.8. Μαθήματα Η΄ Εξαμήνου

Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση

Η χρήση των ψηφιακών μέσων στην διακυβέρνηση έχει δημιουργήσει πληθώρα νέων μοντέλων διακυβέρνησης τα οποία αποτελούν συστατικά της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης. Οι πολίτες πλέον έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στην διακυβέρνηση ενός τόπου, ενός έθνους, μιας ένωσης μέσα από εφαρμογές και υπηρεσίες της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης όπως δημόσιες ηλεκτρονικές διαβουλεύσεις, ηλεκτρονικός διάλογος, ηλεκτρονικές ψηφοφορίες κ.α. Σκοπός του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να εξοικειωθούν με τα μοντέλα και έννοιες της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, όπως ο σχεδιασμός και διαχείριση ψηφιακών υπηρεσιών διακυβέρνησης, η ανοικτότητα των δεδομένων, η διαφάνεια και η λογοδοσία στη διοίκηση καθώς επίσης και η αξιολόγηση των εν λόγω μοντέλων της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα:

- Γνωρίζουν τις βασικές έννοιες της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.
- Γνωρίζουν τα βασικά πρότυπα για την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και τη διαλειτουργικότητα.
- Γνωρίζουν την τρέχουσα κατάσταση σε Διεθνές, Ευρωπαϊκό και Εθνικό επίπεδο
- Μπορούν να αξιολογήσουν τις υφιστάμενες πρωτοβουλίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.
- Μπορούν να συμμετέχουν στη σχεδίαση και υλοποίηση τεχνολογικών λύσεων ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα

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.

Σκοπός του μαθήματος είναι η 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 τις παραδοσιακές τεχνικές στρατηγικής διοίκησης, διοίκησης λειτουργιών και ανθρώπινου δυναμικού το μάθημα επικεντρώνεται στην προσαρμογή τους στο πολύπλοκο τοπίο των Ψηφιακών Επιχειρήσεων.

Στο μάθημα δίνεται σημασία στις νεοφυείς επιχειρήσεις start up, τρόπους χρηματοδότησης τους καθώς και στην σημασία τους για την οικονομική ανάπτυξη. Δίνονται παραδείγματα start up στην Ελλάδα με την ανάλυση case studies. Οι Φοιτητές καλούνται να δημιουργήσουν μια εικονική start up στα πλαίσια ομαδικής εργασίας.

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

- Νέα μοντέλα επιχειρηματικότητας με την χρήση ψηφιακών μέσων.
- Δημιουργία Ψηφιακών Επιχειρήσεων.

Ψηφιακά Μέσα στην Εκπαίδευση

Η διδασκαλία των αρχών της εφαρμοσμένης επικοινωνίας και των ψηφιακών μέσων αποτελεί μια πρόκληση για τη σημερινή κοινωνία αφού αποτελεί τον κορμό του ψηφιακού αλφαριθμητισμού αλλά και της εξελικτικής πορείας και συνολικής ύπαρξής της. Παράλληλα, η εκπαιδευτική διαδικασία, μια διαδικασία άκρως επικοινωνιακή, η οποία έχει εξελιχθεί σε μια διαρκή προσαρμογή στο σύγχρονα πρότυπα μάθησης και η οποία σε μεγάλο βαθμό οριοθετείται από τα τεχνολογικά πρότυπα της καθημερινότητας. Οι νέες γενιές μαθητών μας οδηγούν σε νέα πρότυπα διδασκαλίας και μάθησης, πέρα από τις καθιερωμένες χρήσεις των εποπτικών μέσων, μέσα από μια αμιγώς διαδικτυακή διαδρομή, οριοθετημένη από τη σύγχρονη γλώσσα επικοινωνίας, των εφαρμογών, τεχνολογιών και συσκευών.

Το μάθημα έχει διπλό σκοπό. Από την μία πλευρά έρχεται να καλύψει τις δεξιότητες της διδασκαλίας της λεγόμενης "ειδικής διδακτικής" επί του γνωστικού αντικείμενου του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος. Στοχεύει δηλαδή στην προετοιμασία των τελειοφοίτων για την άσκηση εκπαιδευτικών καθηκόντων μετά την αποφοίτησή τους. Από την άλλη πλευρά, διαπραγματεύεται το ρόλο των σύγχρονων ψηφιακών μέσων στη διδασκαλία και στη μάθηση. Είναι δεδομένο ότι υπάρχει πληθώρα ψηφιακών εφαρμογών που αναβαθμίζουν την εκπαιδευτική διαδικασία και προάγουν την ηλεκτρονική μάθηση όπως πολυμεσικές διαδραστικές εφαρμογές για την εκμάθηση επιστημονικών αντικειμένων, ευφυή συστήματα διδασκαλίας (intelligent tutoring systems), προσαρμοστικά υπερμέσα μάθησης (Adaptive Hypermedia), συστήματα διαχείρισης μάθησης (LMS) κ.α.

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

- Αναπτύσσουν επιτηδευμένα και καινοτόμα σχέδια διδακτικής ενότητας επάνω σε μαθήματα της επιλογής τους.
- Διαχειρίζονται συλλογές σχεδίων μαθημάτων.
- Ασκούν την ικανότητα πρακτικής εφαρμογής των σχεδίων πάνω σε στοχευμένο κοινό (μαθητές ή πρωτοετείς σπουδαστές το Τμήματος).
- Διαχειρίζονται versioning, προκειμένου η τελική έκδοση του εκάστοτε σχεδίου να έχει προκύψει μέσα από πολλαπλές βιωματικές ανατροφοδοτήσεις.
- Ενσωματώνουν δημιουργικές και συμμετοχικές τεχνικές πέραν των συμβατικών, όπως καταίγισμο ιδεών, εργασίες, εκδρομές, παιχνίδια ρόλων κλπ. και κυρίως νέων τεχνολογιών.

- Αναπτύσσουν κριτήρια στο διδακτικό σχεδιασμό και ειδικότερα στην επιλογή του κατάλληλου ψηφιακού μέσου και επικοινωνιακής στρατηγικής.
- Κατανοούν και να πειραματίζονται με σύγχρονα μαθησιακά πρότυπα, βασισμένα στις σύγχρονες μορφές ψηφιακής επικοινωνίας.
- Να λαμβάνουν υπ' όψιν την ηλικιακή διαστρωμάτωση και να προσαρμόζουν τον σχεδιασμό τους στις ειδικές συνθήκες του μαθήματος.
- Ασκούν την κριτική τους γνώση ώστε: (α) να κατηγοριοποιούν τις διάφορες τεχνολογίες που έχουν εφαρμογές στην εκπαίδευση όπως επίσης και να διακρίνουν τις διαφορές ανάμεσα σε αυτές. (β) να επιλέγουν και να συνδυάζουν τις κατάλληλες τεχνολογίες που μπορεί να εφαρμοστούν σε διαφορετικά εκπαιδευτικά περιβάλλοντα και σε διαφορετικές βαθμίδες και είδη εκπαίδευσης (π.χ προσχολική εκπαίδευση, πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια, τριτοβάθμια, ειδική εκπαίδευση, εκπαίδευση ενηλίκων κ.α). (γ) να αξιολογούν και να συγκρίνουν εκπαιδευτικές τεχνολογίες ανάλογα με το επιθυμητό πεδίο εφαρμογής.

Περιβαλλοντική Επικοινωνία

Το περιβάλλον αποτελεί σημαντικό άξονα της σύγχρονης πραγματικότητας και έναν από τους κύριους άξονες της διεθνούς πολιτικής τοπικά αλλά και παγκόσμια. Τα θέματα του περιβάλλοντος είναι ιδιαίτερα κρίσιμα στην εποχή μας καθώς η κλιματική αλλαγή εντείνεται με απρόβλεπτες συνέπειες για την ζωή του ανθρώπου. Τα πολυάριθμα, αυξανόμενα και σύνθετα περιβαλλοντικά προβλήματα απασχολούν τους πολίτες περισσότερο από ποτέ και αναζητούν την επίλυσή τους. Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης δίνουν πλέον έμφαση στα περιβαλλοντικά ζητήματα και σε όσα τα αφορούν. Οι πολίτες αλλά και οι οργανισμοί δημιουργούν οπτικά, ακουστικά, οπτικοακουστικά μέσα περιβαλλοντικής επικοινωνίας για να αναδείξουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα ή τρόπους επίλυσης τους.

Σκοπός του μαθήματος είναι η διερεύνηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, η δημοσιογραφική τους κάλυψη με έμφαση στους τρόπους και της μεθόδους που αφορούν την περιβαλλοντική πληροφόρηση και επικοινωνία. Διερευνάται η επικοινωνιακή πολιτική των περιβαλλοντικών οργανώσεων, των δημοσιογραφικών οργανισμών και εταιρειών, των θεσμών διακυβέρνησης, της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ειδική αναφορά στα ψηφιακά μέσα και το Διαδίκτυο.

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

- Τον ορισμό της περιβαλλοντικής επικοινωνίας.
- Τη συσχέτιση περιβαλλοντικής επικοινωνίας και εκπαίδευσης.
- Τη συσχέτιση περιβαλλοντικής επικοινωνίας και δημοσιογραφίας.
- Τη συσχέτιση περιβαλλοντικής επικοινωνίας και Διαδικτύου.
- Τα μοντέλα για το σχεδιασμό και την εφαρμογή προγραμμάτων περιβαλλοντικής επικοινωνίας.
- Εφαρμόζουν την κατάλληλη στρατηγική περιβαλλοντικής επικοινωνίας για αλλαγή της συμπεριφοράς με απώτερο σκοπό την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.
- Την αξιολόγηση περιβαλλοντικά επικοινωνιακών προγραμμάτων.

Τεχνητή Νοημοσύνη

Στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίσουν τις βασικές αρχές της Τεχνητής Νοημοσύνης καθώς επίσης και τα είδη των προβλημάτων που επιλύονται με αυτή. Έμφαση

δίνεται σε αλγορίθμους μηχανικής μάθησης οι οποίες χρησιμοποιούνται μεταξύ άλλων και στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και γενικότερα στα ψηφιακά μέσα για την διαχείριση / αντιμετώπιση διαφόρων προβλημάτων τα οποία απαιτούν υψηλή υπολογιστή ισχύ και είναι δύσκολο να αντιμετωπισθούν με τον κλασσικό προγραμματισμό.

Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των βασικών εννοιών και εφαρμογών της Τεχνητής Νοημοσύνης.

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

- γνωρίζουν τις βασικές έννοιες και αρχές της τεχνητής νοημοσύνης.
- εφαρμόσουν βασικούς αλγορίθμους τεχνητής νοημοσύνης
- να μπορούν να καθορίσουν και να επιλέξουν τον καταλληλότερο αλγόριθμο τεχνητής νοημοσύνης.

Δημοσιογραφία Δεδομένων

Το αντικείμενο του μαθήματος είναι οι νέες μορφές της δημοσιογραφίας και γενικότερα η σχέση των νέων τεχνολογιών οπτικοποίησης με την ενημέρωση. Ξεκινώντας από θεωρητικές προσεγγίσεις, εξετάζει τους τρόπους με τους οποίους οι σύγχρονες, τεχνολογικά ανεπτυγμένες κοινωνίες έχουν αλλάξει και τις επιπτώσεις αυτών των αλλαγών στον τομέα των μέσων μαζικής ενημέρωσης και της επικοινωνίας. Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται στο διαδίκτυο, και στις εξελίξεις με τις οποίες συνδέεται (πολιτικές, κοινωνικές, πολιτισμικές και οικονομικές). Στο νέο τύπο δημοσιογράφου, στις δημοσιογραφικές πρακτικές και στις νέες μορφές που λαμβάνει το ψηφιακό μήνυμα. Στο μάθημα παρουσιάζεται ο κλάδος της δημοσιογραφίας δεδομένων που γίνεται όλο και πιο δημοφιλής τα τελευταία χρόνια με την θεαματική αύξηση των ανοιχτών 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. Σκοπός του μαθήματος είναι ο δημοσιογράφος να είναι σε θέση να βρίσκει, να προσαρμόζει, να οπτικοποιεί και να ερμηνεύει τα δεδομένα. Για να το πετύχει αυτό πρέπει να έχει τις θεωρητικές βάσεις χρήσης δεδομένων αλλά και τις απαραίτητες τεχνικές δεξιότητες για τη δημιουργία οπτικοποιήσεων δεδομένων που επικοινωνούν αυτούσια την πληροφορία ή ενσωματώνονται στα διαδικτυακά ή έντυπα άρθρα του. Τέλος, το μάθημα αυτό, εκπαιδεύει τους φοιτητές στα αντιπροσωπευτικά είδη ενημέρωσης, επιχειρώντας την εξοικείωση των φοιτητών/τριων με την επιχειρηματολογία, την αφήγηση και την περιγραφή ειδήσεων και γεγονότων στο νέο διαδικτυακό περιβάλλον.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εξόρυξη δημοσιογραφικών δεδομένων και επεξεργασία τους.
- Δημιουργία οπτικοποιήσεων από δημοσιογραφικά δεδομένα.
- Ανάρτηση σε διαδικτυακό τόπο ενημερωτικών οπτικοποιήσεων.
- Παραγωγή και ανάρτηση σε διαδικτυακό τόπο αλληλεπιδραστικών διαγραμμάτων.
- Χρήση εφαρμογών οπτικοποίησης δεδομένων.
- Παραγωγή και ανάρτηση δημοσιογραφικών δεδομένων σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media).

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

- γνωρίζουν τι είναι η δημοσιογραφία δεδομένων και η χρήση της.
- γνωρίζουν τον τρόπο εφαρμογής των αρχών της δημοσιογραφίας δεδομένων.

- επικοινωνούν ορθά το περιεχόμενο που παράγουν ώστε να ενημερωθούν οι πολίτες.
- αναζητούν τα κατάλληλα διαγράμματα και τις οπτικοποιήσεις για κάθε ενέργεια ενημέρωσης και να αλληλεπιδρούν οι χρήστες.
- χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα στη δημοσιογραφία δεδομένων.
- γνωρίζουν τις βασικές δεξιότητες χρήσης εφαρμογών οπτικοποίησης δεδομένων.

Τρισδιάστατες (3D) Αναπαραστάσεις

Το μάθημα αφορά στη χρήση των στοιχείων και των αρχών σχεδίασης σε συνάρτηση με τις τρισδιάστατες (3D) αναπαραστάσεις επικοινωνίας. Σκοπός του μαθήματος είναι η δημιουργία και η χρήση τρισδιάστατων γραφικών με τη χρήση υπολογιστή. Οι θεματικές περιλαμβάνουν βασική ορολογία και σχεδιαστικούς κανόνες, καθώς και την εισαγωγή στη τρισδιάστατη γραφιστική ψηφιακή επικοινωνία, που έχει ως στόχο να οδηγήσει στην ανακάλυψη και την κατανόηση της οπτικής αναπαράστασης. Εξετάζονται ζητήματα όπως η φόρμα και η σύνθεση, καθώς και η αξία τους στη διαδικασία σχεδίασης, η ισορροπία, ο ρυθμός και η αρμονία. Παράλληλα, με αναλυτικό και συστηματικό τρόπο γίνεται εντρυφήση στα ζητήματα της χρήσης των τρισδιάστατων πολυμεσικών εφαρμογών. Στη συνέχεια εστιάζει στην προσαρμογή των τρισδιάστατων γραφικών σε εφαρμογές για το διαδίκτυο.

Το εργαστηριακό κομμάτι του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Να ολοκληρώσουν μια τρισδιάστατη οπτικοποίηση εννοιών, με εφαρμογή διαφορετικών προσεγγίσεων, εννοιολόγησης και σκιαγράφησης ιδεών και παρουσιάσής τους.
- Να δημιουργούν τρισδιάστατες (3D) γραφικές αναπαραστάσεις για τη χρήση τους σε ψηφιακά μέσα.
- Υλοποιούν τελικά προϊόντα τρισδιάστατων γραφικών.

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

- Γνωρίζουν τι είναι τα τρισδιάστατα γραφικά και οι μεθόδους χρήσης τους.
- Γνωρίζουν τις τεχνικές και τα εργαλεία ανάπτυξης των τρισδιάστατων μοντέλων
- Γνωρίζουν τα προβλήματα και τις διαφορές στη σχεδίαση και δημιουργία τρισδιάστατων μοντέλων για ταινίες, παιχνίδια και εφαρμογές.
- Σχεδιάζουν και να οπτικοποιούν σκηνές τρισδιάστατων γραφικών.

Ψηφιακά Παιχνίδια και Μάθηση

Η μάθηση μέσω παιχνιδιών (Game Based Learning - GBL) μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την καλή ποιότητα και την αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσης. Τυπικές δεξιότητες του 21ου αιώνα όπως η διαχείριση παράλληλων διεργασιών (multitasking), η κριτική σκέψη, η ανάληψη κινδύνου και άλλες, μπορούν να αναπτυχθούν σε περιβάλλοντα βασιζόμενα στα serious games.

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση με τις θεωρητικές έννοιες της GBL και παράλληλα η ανάπτυξη τεχνικών δεξιοτήτων ώστε οι έννοιες αυτές να τίθενται σε εφαρμογή με άνεση. Η χρησιμοποίηση ανοικτών εκπαιδευτικών πόρων θεωρείται δεδομένη, με την έννοια ότι η εκπαιδευτική διαδικασία εντάσσεται σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο τεχνολογικό περιβάλλον. Παράλληλα, η βιωματική τριβή με όρους όπως το gamification θεωρείται στοιχειώδης. Η δημιουργία δειγμάτων μαθήματος και η εφαρμογή στρατηγικών GBL σε υφιστάμενα μαθήματα από τους φοιτητές, θεωρούνται δύο τυπικοί στόχοι στο πεδίο της εφαρμογής.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές:

- Θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν εκπαιδευτικό υλικό και πρακτικές ιδέες ως προς τη χρήση των σύγχρονων ψηφιακών εφαρμογών για την προώθηση της εκπαιδευτικής ανάπτυξης στον τομέα της GBL και για την προώθηση της καθολικής πρόσβασης στην εκπαίδευση.
- Θα έχουν αναπτύξει δεξιότητες εκμείωσης της συνεργασίας, της δημιουργικής και κριτικής σκέψης του εκπαιδευόμενου μέσω ψηφιακού αλφαριθμητισμού και διεπιστημονικής προσέγγισης.
- Θα έχουν κατακτήσει τεχνικές και δεξιότητες για να παρακινούν, καθοδηγούν και αξιολογούν τους εκπαιδευόμενους με απώτερο στόχο τη μείωση των χαμηλών επιτευγμάτων στις βασικές ικανότητες και την ανάπτυξη εξειδικευμένων, υψηλού επιπέδου και καινοτόμων δεξιοτήτων, προς βελτίωση της ποιότητας της γενικής εκπαίδευσης.
- Θα υποστηρίζουν ανοιχτούς εκπαιδευτικούς πόρους και ευέλικτα μαθησιακά περιβάλλοντα στην εκπαίδευση, με ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτικών τομέων.

15. Πτυχιακή Εργασία

15.1 Περιγραφή της Πτυχιακής Εργασίας

Οι φοιτητές πέραν των μαθημάτων τους στο έβδομο (Ζ) εξάμηνο σπουδών είναι υποχρεωμένοι να δηλώσουν και πτυχιακή εργασία. Η πτυχιακή εργασία εκπονείται κατά τη διάρκεια του έβδομου (Ζ) και όγδοου (Η) εξαμήνου και η ολοκλήρωσή της είναι υποχρεωτική για τη λήψη του πτυχίου. Η πτυχιακή εργασία θα πρέπει να έχει ολοκληρωθεί εντός του όγδοου (Η) εξαμήνου σπουδών. Δύναται να παραταθεί για ένα ακαδημαϊκό εξάμηνο κατόπιν κατάθεσης σχετικής αίτησης από τον φοιτητή και αποδοχής της από τον επιβλέποντα καθηγητή. Φοιτητές οι οποίοι δεν ολοκληρώνουν εμπροθέσμως την πτυχιακή τους εργασία θα πρέπει να την δηλώσουν εκ νέου στο επόμενο ακαδημαϊκό εξάμηνο.

Σκοπός της Πτυχιακής Εργασίας είναι να δώσει τη δυνατότητα στον φοιτητή να αναπτύξει βαθύτερες γνώσεις, κατανόηση και ικανότητες σε γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει το Τμήμα.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές:

- θα έχουν μελετήσει σε βάθος ένα συγκεκριμένο θέμα των επιστημονικών περιοχών που θεραπεύει το Τμήμα
- θα έχουν αποκτήσει τη δεξιότητα συμβολής στην έρευνα και την ανάπτυξη
- θα έχουν μάθει να αναζητούν την κατάλληλη επιστημονική πληροφορία από τη σχετική επιστημονική βιβλιογραφία
- θα έχουν αποκτήσει δεξιότητα στην οργάνωση και προφορική παρουσίαση του θέματος της εργασίας.

15.2 Διαδικασία εκπόνησης της Πτυχιακής Εργασίας

Οι φοιτητές εκπονούν Πτυχιακή Εργασία, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στο Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος. Κάθε μέλος Δ.Ε.Π. προτείνει θέματα πτυχιακών εργασιών στις αρχές κάθε ακαδημαϊκού εξαμήνου τα οποία εγκρίνονται από τη Συνέλευση του Τμήματος. Με Απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος δύνανται να αναλαμβάνουν την επίβλεψη Πτυχιακών

Εργασιών και μέλη άλλων κατηγοριών διδακτικού προσωπικού, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

Οι φοιτητές επιλέγουν θέματα από τα εγκεκριμένα θέματα και ύστερα από συνεννόηση με τον επιβλέποντα καθηγητή, υποβάλλουν το έντυπο ανάθεσης πτυχιακής υπογεγραμμένο από φοιτητή και επιβλέποντα καθηγητή στη Γραμματεία του Τμήματος.

Η εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας γίνεται ατομικά από τον κάθε φοιτητή ή, αν το απαιτεί η φύση του θέματος και κατ' εξαίρεση, από ομάδα το πολύ δύο (2) φοιτητών, υπό την προϋπόθεση ότι είναι διακριτή η ατομική εργασία και συμβολή και των δύο φοιτητών, τόσο κατά την εκπόνηση, όσο και κατά την παρουσίαση της εργασίας.

Ο τυπικός χρόνος ολοκλήρωσης της Πτυχιακής Εργασίας είναι ένα ακαδημαϊκό εξάμηνο. Ο χρόνος ολοκλήρωσης μπορεί να παραταθεί κατά ένα εξάμηνο με τη σύμφωνη γνώμη του επιβλέποντα καθηγητή. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις και ύστερα από αιτιολογημένο αίτημα του φοιτητή, ο χρόνος ολοκλήρωσης της εργασίας μπορεί να παραταθεί για ένα ακόμη εξάμηνο. Μετά το πέρας των τριών (3) εξαμήνων ο φοιτητής θα πρέπει να καταθέσει εκ νέου αίτηση ανάληψης Πτυχιακής Εργασίας.

Οι φοιτητές, με αίτησή τους προς τη Συνέλευση του Τμήματος, μπορούν να αιτηθούν το πολύ μία φορά την αλλαγή θέματος Πτυχιακής Εργασίας.

Προβλέπεται για όλες τις Πτυχιακές Εργασίες η χρήση του ειδικού λογισμικού ανίχνευσης και αποτύπωσης του ποσοστού ταύτισης ακαδημαϊκών εργασιών με το περιεχόμενο άλλων πηγών από βάση δεδομένων του, εφόσον αυτή η δυνατότητα παρέχεται από το Ίδρυμα. Με ευθύνη του επιβλέποντα καθηγητή ο έλεγχος μέσω του ειδικού λογισμικού πρέπει να έχει προηγηθεί της εξέτασης της εργασίας. Με τον έλεγχο αυτό προκύπτει μία αναφορά αυθεντικότητας (Originality Report), στην οποία αναφέρεται το ποσοστό ταύτισης. Η τελική κρίση όσον αφορά στην αξιολόγηση της αναφοράς, γίνεται από τον επιβλέποντα. Σε περίπτωση που μέσω αυτής της διαδικασίας επαληθευθεί η αυθεντικότητα και η πρωτοτυπία της εργασίας, εγκρίνεται από τον επιβλέποντα η παρουσίασή της ενώπιον της Τριμελούς Επιτροπής. Ο Επιβλέπων καταθέτει αίτημα στη Γραμματεία για συγκρότηση Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής.

Πριν την παρουσίαση της πτυχιακής εργασίας, και έπειτα από σχετική εισήγηση του επιβλέποντος καθηγητή συγκροτείται από τη Συνέλευση του Τμήματος η Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή προκειμένου να αξιολογήσει την εργασία. Ένα από τα μέλη της τριμελούς επιτροπής είναι ο επιβλέπων καθηγητής. Μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής μπορούν να είναι μέλη Δ.Ε.Π. ή μέλη άλλων κατηγοριών διδακτικού προσωπικού σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία ή διδάσκοντες άλλων Τμημάτων του ιδρύματος με ίδιο ή συναφές γνωστικό αντικείμενο με το θέμα της προς εξέταση εργασίας. Μετά τη συγκρότηση της Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής, με την ευθύνη του επιβλέποντος, η Πτυχιακή Εργασία αποστέλλεται από τον φοιτητή/τρια στα μέλη της Επιτροπής τουλάχιστον επτά ημέρες πριν την παρουσίαση.

Η παρουσίαση της Πτυχιακής Εργασίας πραγματοποιείται δια ζώσης στις εγκαταστάσεις του Τμήματος. Σε εξαιρετικές δε περιπτώσεις μετά από αιτιολογημένο αίτημα του φοιτητή, συνοδευόμενο από σχετικά παραστατικά που επιβεβαιώνουν την αιτιολόγηση, και κατόπιν έγκρισης από τη Συνέλευση του Τμήματος η παρουσίαση δύναται να πραγματοποιηθεί και εξ' αποστάσεως.

Στην παρουσίαση της εργασίας δύναται να παρίστανται και άλλα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας (διδάσκοντες, προπτυχιακοί και μεταπτυχιακοί φοιτητές, υποψήφιοι διδάκτορες, κ.λπ.). Η ημερομηνία και η ώρα παρουσίασης της Πτυχιακής Εργασίας ανακοινώνεται μέσω της Γραμματείας του Τμήματος.

Για την εξέταση της εργασίας ο επιβλέπων καθηγητής ενημερώνει τη Γραμματεία του Τμήματος και τα μέλη της επιτροπής εξέτασης. Τα μέλη της Τριμελούς Επιτροπής

παρακολουθούν την παρουσίαση της εργασίας και υποβάλλουν ερωτήσεις, ώστε να διαμορφώσουν άποψη για την ορθότητα και την πληρότητα της προσέγγισης που ακολουθήθηκε και της λύσης που δόθηκε στο πρόβλημα καθώς και για τον βαθμό συμμετοχής καθενός από τους συμμετέχοντες στην εκπόνηση της εργασίας φοιτητές, σε περίπτωση που είναι περισσότεροι του ενός. Τα μέλη της Τριμελούς Επιτροπής κρίνουν και βαθμολογούν ανεξάρτητα καθέναν από τους συμμετέχοντες στην ομάδα εκπόνησης της εργασίας φοιτητές. Ο βαθμός της Πτυχιακής Εργασίας για καθέναν από τους φοιτητές, προκύπτει από τον μέσο όρο της βαθμολογίας των μελών της Τριμελούς Επιτροπής. Ο επιβλέπων καθηγητής υποβάλλει στη Γραμματεία του Τμήματος το πρακτικό εξέτασης με τη βαθμολογία των μελών, καθώς και το τελικό αντίτυπο της Πτυχιακής Εργασίας σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή.

Εάν μια Πτυχιακή Εργασία κριθεί ελλιπής, αναπέμπεται για συμπληρωματική επεξεργασία. Στην περίπτωση αυτή, η παρουσίαση λαμβάνει χώρα σε ημερομηνία που υποδεικνύει η Τριμελής Επιτροπή, μετά από συνεννόηση με τον φοιτητή, οπότε επαναλαμβάνεται η διαδικασία εξέτασης, όπως ορίζεται στις ανωτέρω παραγράφους του άρθρου αυτού.

Οι πτυχιακές εργασίες παρουσιάζονται τις ακόλουθες περιόδους σε κάθε ακαδημαϊκό έτος: κατά την περίοδο των τριών (3) προηγούμενων εβδομάδων από την έναρξη της εξεταστικής περιόδου του χειμερινού εξαμήνου, κατά την περίοδο των τριών (3) προηγούμενων εβδομάδων από την έναρξη της εξεταστικής περιόδου του εαρινού εξαμήνου, καθώς επίσης και κατά την περίοδο των τριών (3) πρώτων εβδομάδων του Σεπτεμβρίου. Εάν οι προαναφερόμενες περιόδους παρουσιάσεων εμπεριέχουν και ημέρες διακοπών (πχ διακοπές Χριστουγέννων), τότε η περίοδος των παρουσιάσεων επεκτείνεται πριν από την έναρξη των διακοπών, για διάστημα τέτοιο ώστε η συνολική διάρκεια των παρουσιάσεων να είναι τρεις εβδομάδες.

Στο site του Τμήματος περιέχονται σχετικά έγγραφα υποστηρικτικά του φοιτητή/τριας προκειμένου να διεκπεραιώσει επιτυχώς την πτυχιακή του εργασία, όπως:

- Το έντυπο αποδοχής θέματος,
- Η αίτηση – κατάθεσης παρουσίασης Π.Ε.
- Το Πρακτικό αξιολόγησης της Π.Ε.
- Το πρότυπο Π.Ε.
- Το Έντυπο – αποδοχής θέματος

Βλ. σχετικά:

<https://dmc.ionio.gr/el/%ce%b4%ce%b9%cf%80%ce%bb%cf%89%ce%bc%ce%b1%cf%84%ce%b9%ce%ba%ce%ae/sxetika-egrafa/>

16. Πρακτική Άσκηση

Από το έβδομο (Ζ) εξάμηνο σπουδών και πάνω οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να κάνουν πρακτική άσκηση. Η χρονική διάρκεια της πρακτικής άσκησης μπορεί να είναι από τρεις έως έξι μήνες και προσδιορίζεται στη σχετική σύμβαση που υπογράφεται μεταξύ του φορέα και του Τμήματος. Η πρακτική άσκηση δεν είναι υποχρεωτική αλλά είναι επιλογής (Ε). Οι μονάδες ECTS που αντιστοιχεί η πρακτική είναι δέκα (10), ενώ δε λαμβάνεται υπόψη για τον υπολογισμό του βαθμού του πτυχίου. Η πρακτική άσκηση αντιστοιχεί σε δύο (2) μαθήματα επιλογής υποχρεωτικά (ΕΥ). Επομένως για τους φοιτητές οι οποίοι θα επιλέξουν να κάνουν

πρακτική άσκηση απαιτούνται δύο (2) μαθήματα επιλογής υποχρεωτικά (ΕΥ) λιγότερα για την λήψη πτυχίου, σε σύγκριση με τον αριθμό μαθημάτων επιλογής υποχρεωτικά που απαιτούνται για τη λήψη πτυχίου για τους φοιτητές οι οποίοι δεν θα κάνουν πρακτική άσκηση.

16.1 Στόχοι της Πρακτικής Άσκησης

- Η διασύνδεση με την αγορά εργασίας.
- Η Εμπέδωση και ενίσχυση των θεωρητικών και τεχνολογικών γνώσεων, μέσω της εφαρμογής τους στην πράξη.
- Η ανάπτυξη δεξιοτήτων και εργασιακών εμπειριών.
- Οι ευκαιρίες γνωριμίας με διάφορα επαγγελματικά αντικείμενα.
- Οι ευκαιρίες για επαγγελματική σταδιοδρομία.
- Οι δυνατότητες προσωπικής εξέλιξης και επαγγελματικής ανάπτυξης.

16.2 Αντικείμενα της Πρακτικής Άσκησης

Τα αντικείμενα της Πρακτικής Άσκησης των φοιτητών/τριών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, θα πρέπει να είναι συναφή με το αντικείμενο των σπουδών τους.

16.3 Πρακτική Άσκηση μέσω ΕΣΠΑ

Η Πρακτική Άσκηση υλοποιείται στο πλαίσιο του Προγράμματος «Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου». Το Πρόγραμμα «Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Ιονίου Πανεπιστημίου» χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) και συγχρηματοδοτείται από Εθνικούς Πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» του Εταιρικού Συμφώνου για το Πλαίσιο Ανάπτυξης 2014-2020, με Ενδιάμεσο Φορέα την Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δία Βίου Μάθηση». Η Πρακτική Άσκηση του Τμήματος εντάσσεται στο Πρόγραμμα «Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Ιονίου Πανεπιστημίου».

Για το μάθημα της Πρακτικής Άσκησης έχουν οριστεί τα παραδοτέα από το Πρόγραμμα «Πρακτικής Άσκησης Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Ιονίου Πανεπιστημίου». Αφορά στη μικρής διάρκειας παρουσία φοιτητών/φοιτητριών και την άσκηση καθηκόντων σε εν δυνάμει χώρους εργασίας υπό την καθοδήγηση στελέχους του Φορέα Υποδοχής και την επίβλεψη μέλους Δ.Ε.Π.

Από τη στιγμή που θα επιλεγούν οι φοιτητές/φοιτήτριες, θα πρέπει να ακολουθήσουν τις οδηγίες που θα τους δοθούν από το Γραφείο Πρακτικής Άσκησης. Στο τέλος της Πρακτικής Άσκησης ο/η φοιτητής/τρια θα πρέπει να αποστείλει στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης τα παραδοτέα του Προγράμματος σύμφωνα με τις οδηγίες που έχουν αναρτηθεί στον ιστότοπο του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης (<http://dasta.ionio.gr/internship>).

16.4 Επιλογή Φορέα Υποδοχής

Για την επιλογή του Φορέα Υποδοχής ο/η φοιτητής/φοιτήτρια μπορεί να απευθύνεται είτε στον Επιστημονικά Υπεύθυνο Πρακτικής Άσκησης είτε στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου. Η λίστα των επιλεγμένων Φορέων Υποδοχής καταρτίζεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και ανακοινώνεται αυτόματα μέσω του πληροφοριακού συστήματος «Άτλας». Οι Φορείς που επιθυμούν να συμμετέχουν στο Πρόγραμμα «Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου» θα

πρέπει να πραγματοποιήσουν εγγραφή στο Πληροφοριακό Σύστημα «ΑΤΛΑΣ» του Εθνικού Δικτύου Έρευνας και Τεχνολογίας (βάσει του με ΑΠ. 16206/26.07.2013 εγγράφου της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης ΕΠ Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση). Μέσω του Πληροφοριακού Συστήματος «ΑΤΛΑΣ» ο Φορέας Υποδοχής έχει τη δυνατότητα να εισάγει θέσεις ΠΑ και να καταχωρίσει διάφορες πληροφορίες που επιθυμεί να γνωστοποιήσει στους ασκούμενους.

Για την εγγραφή στο Πληροφοριακό Σύστημα «ΑΤΛΑΣ», ο Φορέας Υποδοχής θα πρέπει να ακολουθήσει τις διαδικασίες που περιγράφονται στη σχετική ιστοσελίδα του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης. Η ΠΑ πραγματοποιείται (σε φορέα εκτός του Ιδρύματος) υπό την καθοδήγηση στελέχους του φορέα Υποδοχής και την επίβλεψη του Επιστημονικά Υπευθύνου (μέλος ΔΕΠ). Η ΠΑ δύναται να πραγματοποιηθεί και σε άλλη πόλη, εκτός της Κέρκυρας. Διευκρινίζεται ότι το Πρόγραμμα δεν καλύπτει έξοδα διαμονής και μετακίνησης. Ο/Η φοιτητής/φοιτήτρια δεν δύναται να πραγματοποιήσει ΠΑ σε συγγενικό του πρόσωπο.

16.5 Το πληροφοριακό σύστημα Atlas

Το πληροφοριακό σύστημα Άτλας είναι μία κεντρική διαδικτυακή υπηρεσία, η οποία διασυνδέει τους φορείς που παρέχουν θέσεις Πρακτικής Άσκησης (ΠΑ) με όλα τα ακαδημαϊκά Ιδρύματα της επικράτειας, δημιουργώντας μία ενιαία βάση θέσεων πρακτικής άσκησης οι οποίες είναι διαθέσιμες προς επιλογή στα Ιδρύματα. Παράλληλα προσφέρει σφαιρική ενημέρωση σε θέματα που άπτονται της αγοράς εργασίας και των πρώτων βημάτων των φοιτητών σε αυτή.

Ποιους αφορά;

- Τους φορείς (ιδιωτικούς, δημόσιους, ΜΚΟ κλπ) που μπορούν να παρέχουν θέσεις ΠΑ
- Τα όργανα των ακαδημαϊκών Ιδρυμάτων που έχουν αναλάβει το συντονισμό της ΠΑ
- Τους φοιτητές που έχουν δικαίωμα να πραγματοποιήσουν ΠΑ βάσει του προγράμματος σπουδών της σχολής τους. Για την εγγραφή και σύνδεση στο πληροφοριακό σύστημα ΑΤΛΑΣ χρησιμοποιούνται οι κωδικοί πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του Ιδρύματος.

Πού αποσκοπεί;

Στους στόχους του προγράμματος συγκαταλέγονται:

- Αύξηση του αριθμού διαθέσιμων θέσεων πρακτικής άσκησης στους φοιτητές ΑΕΙ
- Απλοποίηση της επικοινωνίας των φορέων υποδοχής ΠΑ με τα επιμέρους Ιδρύματα
- Άμεση ενημέρωση των Ιδρυμάτων για τις διαθέσιμες θέσεις και δυνατότητα άμεσης δέσμευσής τους
- Δημιουργία κεντρικής βάσης διαθέσιμων θέσεων ΠΑ
- Άμεσος έλεγχος της ποιότητας κατάρτισης και των γνώσεων που αποκομίζουν οι φοιτητές μέσω υποβολής αξιολόγησης από τους ίδιους και από τα αντίστοιχα όργανα των Ιδρυμάτων
- Περιορισμός της γραφειοκρατίας που συνοδεύει την εκτέλεση πρακτικής άσκησης.

Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να αντλήσετε από το <http://atlas.grnet.gr/>

Η εγγραφή των φορέων απασχόλησης που επιθυμούν να απασχολήσουν φοιτητές για ΠΑ, καθώς και των φοιτητών που εντάσσονται από το Τμήμα τους στην ΠΑ μέσω ΕΣΠΑ, είναι υποχρεωτική.

Οι φορείς που παρέχουν θέσεις Πρακτικής Άσκησης θα πρέπει να εγγραφούν και να πιστοποιηθούν προκειμένου να αποκτήσουν πρόσβαση στο Πληροφοριακό Σύστημα (ΠΣ), μέσω μιας απλής διαδικασίας.

Για την εγγραφή τους θα πρέπει να μεταβούν στην [ιστοσελίδα εγγραφής](#) και να συμπληρώσουν τη σχετική φόρμα με τα στοιχεία τους.

Η εγγραφή Φορέων Υποδοχής ΠΑ και η καταχώριση των αντίστοιχων θέσεων είναι διαθέσιμη [εδώ](#).

Για την ενεργοποίηση του λογαριασμού τους θα τους αποσταλλεί email με οδηγίες ενεργοποίησης, ενώ κατά την πρώτη τους είσοδο, θα τους δοθούν οδηγίες για τη διαδικασία που θα πρέπει να ακολουθήσουν προκειμένου να πιστοποιηθούν.

Αναλυτικές οδηγίες για τη διαδικασία εγγραφής και πιστοποίησης παρέχονται [εδώ](#).

Για να εισέλθουν στο σύστημα οι φοιτητές/τριες δεν απαιτείται κάποια εγγραφή. Μπορούν να συνδεθούν με το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης που έχουν λάβει από το οικείο σας Ίδρυμα.

Η εφαρμογή φοιτητών είναι διαθέσιμη [εδώ](#)

Ο φοιτητής/τρια μπορεί να πληροφορηθεί για τις διαθέσιμες θέσεις Πρακτικής Άσκησης, αφού συνδεθεί στο λογαριασμό του με το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης, τα οποία έχει λάβει από το οικείο Ίδρυμα.

Αφού εισέλθει στο λογαριασμό έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει θέσεις Πρακτικής Άσκησης με βάση διάφορα κριτήρια, όπως το φυσικό αντικείμενο, τη γεωγραφική περιοχή εκπόνησης, την ημερομηνία καταχώρισης, κλπ.

Η διαδικασία αντιστοίχισης των φοιτητών με τις διαθέσιμες θέσεις Πρακτικής Άσκησης γίνεται με ευθύνη των Ιδρυμάτων και με την εσωτερική διαδικασία που έχει οριστεί σε αυτά.

Σε περίπτωση που ενδιαφέρει τον φοιτητή/τρια κάποια θέση, μπορεί να επικοινωνεί με τα Γραφεία Πρακτικής Άσκησης του Ιδρύματος, εκδηλώνοντας το ενδιαφέρον του/της για τη συγκεκριμένη θέση.

16.6 Προϋποθέσεις συμμετοχής & κριτήρια αξιολόγησης υποψηφίων

Στο Πρόγραμμα μπορούν να συμμετέχουν μόνο Προπτυχιακοί φοιτητές/φοιτήτριες που πληρούν τις προϋποθέσεις και τα κριτήρια που έχει θέσει το Τμήμα φοίτησής τους. Οι φοιτητές/φοιτήτριες που επιθυμούν να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα «Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου» θα πρέπει να βρίσκονται από το Ζ' εξάμηνο σπουδών και πάνω και να έχουν συμπληρώσει κατ' ελάχιστον 90 ECTS διδακτικές μονάδες.

Τα κριτήρια αξιολόγησης των υποψηφίων είναι ενιαία για όλα τα Τμήματα του Ιονίου Πανεπιστημίου που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα και καθορίζονται σύμφωνα με τους όρους των Εσωτερικών Κανονισμών Πρακτικής Άσκησης των Τμημάτων, ως ακολούθως:

- Οι ECTS μονάδες, όπως εμφανίζονται στην αίτηση.

- Ο Μ.Ο. Βαθμολογίας, πολλαπλασιαζόμενος επί το πλήθος των πιστωτικών μονάδων ECTS. Σε περίπτωση ισοβαθμίας οι φοιτητές/φοιτήτριες κατατάσσονται με βάση το εξάμηνο σπουδών τους (από το μεγαλύτερο στο μικρότερο).

Δεν μπορούν να συμμετάσχουν αλλοδαποί φοιτητές/φοιτήτριες που έρχονται στα Τμήματα μέσω του Προγράμματος Erasmus.

Οι φοιτητές/φοιτήτριες μπορούν να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα μόνο μία φορά. Το πρόγραμμα «Πρακτικής Άσκησης Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Ιονίου Πανεπιστημίου» δεν σχετίζεται με άλλους τρόπους πρακτικής άσκησης που μπορεί να πραγματοποιήσει ο φοιτητής κατά τη διάρκεια των σπουδών του. Συνεπώς, εάν κάποιος/κάποια φοιτητής/φοιτήτρια έχει πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση με άλλο τρόπο μπορεί να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση και μέσω του Προγράμματος «Πρακτικής Άσκησης Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου», αλλά μόνο μία φορά.

Σε περίπτωση που κάποιος/κάποια φοιτητής/φοιτήτρια ακυρώσει την Πρακτική του/της άσκηση για προσωπικούς λόγους, δεν μπορεί να πραγματοποιήσει ξανά Πρακτική Άσκηση μέσω ΕΣΠΑ.

Η επιλογή των ασκούμενων πραγματοποιείται από οκταμελή Επιτροπή Αξιολόγησης των αιτήσεων των φοιτητών για την Πρακτική Άσκηση και είναι αρμόδια για την επικύρωση των αποτελεσμάτων Πρακτικής Άσκησης και την υπογραφή των αντίστοιχων Πρακτικών Επιλογής (απόφαση 18ης Συνεδρίασης της Συγκλήτου ακαδ. έτους 2020-2021).

Μετά την ανάρτηση των αποτελεσμάτων οι φοιτητές/φοιτήτριες που δεν έχουν επιλεγεί (και εφόσον συντρέχει λόγος) έχουν δικαίωμα να καταθέσουν ένσταση στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ιονίου Πανεπιστημίου, εντός 3 ημερών από την ανάρτηση των αποτελεσμάτων. Οι ενστάσεις εξετάζονται από την τριμελή επιτροπή ενστάσεων (απόφαση 18ης Συνεδρίασης της Συγκλήτου ακαδ. έτους 2020-2021).

16.7 Υποβολή υποψηφιοτήτων

Ο/Η φοιτητής/φοιτήτρια θα πρέπει να στείλει με e-mail στο internship@ionio.gr από τον ιδρυματικό λογαριασμό του/της, όλα τα απαραίτητα έγγραφα σε μορφή PDF:

- Συμπληρωμένο και υπογεγραμμένο το έντυπο της αίτησης εκδήλωσης ενδιαφέροντος που υπάρχει στον ιστότοπο του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης: <http://dasta.ionio.gr/internship>.
- Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας ή σελίδα του διαβατηρίου.
- Βεβαίωση Αριθμού Φορολογικού Μητρώου (ΑΦΜ).
- Έγγραφο από το οποίο να προκύπτει ο Αριθμός Μητρώου Κοινωνικής Ασφάλισης (ΑΜΚΑ).
- Αναλυτική βαθμολογία με αναγραφή Μέσου Όρου (από τη Γραμματεία του Τμήματος).

Το e-mail που θα αποστέλλεται στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης, θα πρέπει να περιλαμβάνει κείμενο με την παρακάτω μορφή:

- Ονοματεπώνυμο:

- Τμήμα:

- Σας αποστέλλω τα απαραίτητα έγγραφα για την Πρακτική Άσκηση:

1. Αίτηση – Υπεύθυνη Δήλωση
2. Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας/ Διαβατηρίου
3. Βεβαίωση ΑΦΜ
4. Βεβαίωση ΑΜΚΑ 5. Αναλυτική βαθμολογία

16.8 Υποχρεώσεις φοιτητών/ριών από τη συμμετοχή τους στο Πρόγραμμα

Ο/Η φοιτητής/τρια που επιθυμεί να υποβάλει αίτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης για συμμετοχή στο Πρόγραμμα οφείλει να έχει πραγματοποιήσει εγγραφή στο Πληροφοριακό Σύστημα Κεντρικής Υποστήριξης της Πρακτικής Άσκησης Φοιτητών ΑΕΙ. Για την εγγραφή/σύνδεση στο πληροφοριακό σύστημα ΑΤΛΑΣ χρησιμοποιούνται οι κωδικοί πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του Ιδρύματος. Για την εγγραφή στο Πληροφοριακό Σύστημα «ΑΤΛΑΣ» ο/η φοιτητής/τρια θα πρέπει να ακολουθήσει τις διαδικασίες που περιγράφονται στη σχετική ιστοσελίδα του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης, έχει δημιουργηθεί ειδικό πεδίο ενημέρωσης με τίτλο «Αναζήτηση – Επιλογή Φορέα Υποδοχής. Από τη στιγμή που επιλεγεί ο/η φοιτητής/τρια θα πρέπει να εκδώσει ΑΜΑ ΙΚΑ και στην περίπτωση που δεν είναι δικαιούχος τραπεζικού λογαριασμού (σε οποιαδήποτε τράπεζα στην Ελλάδα) θα πρέπει να απευθυνθεί στο υποκατάστημα τραπεζής που επιθυμεί, προκειμένου να προβεί στις διαδικασίες που απαιτούνται για το άνοιγμα νέου τραπεζικού λογαριασμού. Σε περίπτωση που ο/η φοιτητής/τρια είναι συνδικαιούχος τραπεζικού λογαριασμού απαιτείται να είναι ο πρώτος δικαιούχος και ο τραπεζικός λογαριασμός να παραμένει ενεργός.

Από τη στιγμή που επιλεγεί ο/η φοιτητής/φοιτήτρια για Πρακτική Άσκηση οφείλει να αποστείλει σκαναρισμένα με e-mail στο internship@ionio.gr, στο χρόνο που θα οριστεί από το Γραφείο Πρακτικής Άσκησης: βεβαίωση Αριθμού Μητρώου ΙΚΑ και φωτοαντίγραφο σελίδας βιβλιαρίου ή καρτέλας Τραπεζής, στην οποία να φαίνεται ότι ο/η φοιτητής/φοιτήτρια είναι πρώτος δικαιούχος τραπεζικού λογαριασμού (σε οποιαδήποτε τράπεζα στην Ελλάδα).

Ο/Η φοιτητής/τρια που θα επιλεγεί για Πρακτική Άσκηση οφείλει να επισκεφθεί/επικοινωνήσει με το Φορέα Υποδοχής, ώστε να δηλώσει εγκαίρως (έως 4 μέρες πριν την έναρξη της Πρακτικής Άσκησης) τα στοιχεία που απαιτούνται στο σύστημα ΕΡΓΑΝΗ, βάσει της με αριθμό 29147/Δ1.10205 (1-10-2019) υπουργικής απόφασης.

Ο/Η φοιτητής/τρια οφείλει να παρακολουθεί τακτικά τις ανακοινώσεις που αναρτώνται στον ιστότοπο του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης: <http://dasta.ionio.gr/internship> και να ελέγχει καθημερινά το email του, προκειμένου να ενημερώνεται άμεσα και να προσαρμόζεται στις ισχύουσες Κυβερνητικές Αποφάσεις, που αφορούν στις ρυθμίσεις σχετικά με την ΠΑ φοιτητών/φοιτητριών των ΑΕΙ.

Κατά την έναρξη της Πρακτικής Άσκησης, αποστέλλεται από το Γραφείο Πρακτικής Άσκησης, στον ιδρυματικό λογαριασμό του/της φοιτητή/φοιτήτριας, το Πρωτόκολλο Συνεργασίας. Ο ασκούμενος οφείλει να συνυπογράψει με τον νόμιμο εκπρόσωπο του Φορέα Υποδοχής, με φυσική υπογραφή σε τρία αντίτυπα, το Πρωτόκολλο Συνεργασίας και να αποστείλει εντός των δέκα (10) πρώτων ημερών από την έναρξη της ΠΑ, ταχυδρομικώς στη διεύθυνση:

Γραφείο Πρακτικής Άσκησης Ιονίου Πανεπιστημίου,

Ιωάννη Θεοτόκη 72,

ΤΚ. 49132, Κέρκυρα:

α) ένα (1) αντίτυπο του Πρωτοκόλλου Συνεργασίας,

β) το έντυπο (Ε3.5) δήλωσης έναρξης της ΠΑ στο ΠΣ ΕΡΓΑΝΗ,

γ) Απογραφικό δελτίο Εισόδου (το έντυπο έχει αναρτηθεί στον ιστότοπο του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης <http://dasta.ionio.gr/internship>). Η συμπλήρωση του απογραφικού δελτίου είναι υποχρεωτική, η μη συμπλήρωσή του συνεπάγεται διακοπή της Πρακτικής Άσκησης. Κατά τη διάρκεια της ΠΑ, ο ασκούμενος υποχρεούται να παρακολουθεί τις ανακοινώσεις του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης και να ελέγχει καθημερινά το email του, προκειμένου να ενημερώνεται άμεσα για τις ισχύουσες Κυβερνητικές Αποφάσεις και να προσαρμόζεται στις νέες ρυθμίσεις σχετικά με την ΠΑ φοιτητών/φοιτητριών των Α.Ε.Ι., να τηρεί το ωράριο και τους

κανονισμούς που έχει ορίσει στέλεχος του Φορέα Υποδοχής και να συμπληρώνει κάθε μέρα Παρουσιολόγιο (το έντυπο έχει αναρτηθεί στη σχετική ιστοσελίδα του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης <http://dasta.ionio.gr/internship>).

Η ημερήσια απασχόληση δε θα υπερβαίνει τις οκτώ (8) ώρες. Κατά την ολοκλήρωση της ΠΑ ο/η φοιτητής/φοιτήτρια θα πρέπει να καταθέσει στο Γραφείο Πρακτικής Άσκησης, εντός τριών (3) ημερών από τη λήξη της ΠΑ και σύμφωνα με τη σχετική ενημέρωση που θα λάβει από το Γραφείο Πρακτικής Άσκησης, τα απαιτούμενα παραδοτέα έγγραφα που είναι αναρτημένα στον ιστότοπο του Γραφείου Πρακτικής Άσκησης:

- Απογραφικό δελτίο εξόδου,
- Παρουσιολόγιο,
- Αναλυτική Έκθεση Πεπραγμένων,
- Έκθεση Αξιολόγησης του Φορέα Υποδοχής,
- Βεβαίωση Ολοκλήρωσης Πρακτικής Άσκησης και
- το έντυπο (Ε3.5) λήξης ΠΑ του ΠΣ Εργάνη.

Η συμπλήρωση και κατάθεση των παραπάνω εγγράφων είναι υποχρεωτική. Η μη συμπλήρωση/κατάθεσή τους συνεπάγεται μη πληρωμή της ΠΑ.

16.9 Άδειες του ασκούμενου

Η Πρακτική Άσκηση έχει διάρκεια από τρεις (3) έως έξι (6) μήνες πλήρους απασχόλησης. Το εβδομαδιαίο ωράριο αντιστοιχεί στο αντίστοιχο ωράριο του αντίστοιχου επιστήμονα στο Φορέα Υποδοχής και είναι 30 – 40 ώρες την εβδομάδα. Ο ασκούμενος υποχρεούται να παρευρίσκεται στους χώρους του Φορέα Υποδοχής και να τηρεί το ωράριο και τους κανονισμούς που έχει ορίσει στέλεχος του Φορέα Υποδοχής και να συμπληρώνει κάθε μέρα Παρουσιολόγιο. Η ημερήσια απασχόληση δε θα υπερβαίνει τις οκτώ (8) ώρες.

Ο ασκούμενος δικαιούται να απουσιάσει από τον φορέα 1 ημέρα/μήνα κατά τη διάρκεια της Πρακτικής Άσκησης (τμηματικά ή συνολικά). Οι ημέρες αυτές μπορεί να είναι είτε για προσωπικούς λόγους είτε για εκπαιδευτικές υποχρεώσεις. Σε περίπτωση που για λόγους ανάγκης πρέπει να απουσιάζει περισσότερες ημέρες από τον Φορέα, θα πρέπει να αναπληρώσει εντός του διαστήματος της Πρακτικής Άσκησης τις ώρες απουσίας του και να ενημερώσει, δύο ημέρες νωρίτερα, το Γραφείο Πρακτικής Άσκησης με e-mail: internship@ionio.gr και ασφαλώς τον Επιστημονικά Υπεύθυνο και τον υπεύθυνο επίβλεψής του στον Φορέα. Σε περίπτωση που κάποιος φοιτητής/φοιτήτρια ακυρώσει την πρακτική του/της άσκηση για προσωπικούς λόγους, δεν μπορεί να πραγματοποιήσει ξανά πρακτική άσκηση μέσω ΕΣΠΑ. Ο ασκούμενος καθ' όλη τη διάρκεια διενέργειας Πρακτικής Άσκησης, δεν δύναται να εργάζεται σε οποιοδήποτε άλλο φορέα.

16.10 Αμοιβή & Ασφάλιση του ασκούμενου

Ο ασκούμενος ασφαρίζεται μόνο έναντι εργατικού ατυχήματος στον συγκεκριμένο Φορέα και για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Από τη στιγμή που επιλεγεί ο/η φοιτητής/τρια για Πρακτική Άσκηση θα πρέπει να εκδώσει ΑΜΑ ΙΚΑ. Ο Αριθμός Μητρώου ΙΚΑ είναι προσωπικός ΑΜΑ ΙΚΑ του/της κάθε φοιτητή/φοιτήτριας. Στην περίπτωση που ο/η φοιτητής/τρια δεν διαθέτει προσωπικό ΑΜΑ ΙΚΑ (π.χ. δεν έχει ξαναδουλέψει) και από τη στιγμή που θα επιλεγεί τότε θα πρέπει να εκδώσει. Η πληρωμή του ασκούμενου γίνεται εφάπαξ στο πέρας της Πρακτικής Άσκησης, εφόσον έχουν ολοκληρωθεί όλες οι υποχρεώσεις που απορρέουν από το Πρόγραμμα. Η πληρωμή γίνεται με κατάθεση στον τραπεζικό λογαριασμό που έχει δηλώσει ο/η φοιτητής/τρια.

15.11 Πρακτική άσκηση και εργαστηριακά μαθήματα

Για τους φοιτητές που πραγματοποιούν πρακτική άσκηση προβλέπονται οι ακόλουθες ρυθμίσεις σχετικά με τα εργαστηριακά μαθήματα:

1. Οι φοιτητές οι οποίοι πραγματοποιούν πρακτική άσκηση έχουν τη δυνατότητα, κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης, να απαλλαγούν από την υποχρεωτική παρουσία στα εργαστήρια των μαθημάτων που περιλαμβάνονται στο 8ο εξάμηνο του προγράμματος σπουδών, εφόσον η πρακτική άσκηση πραγματοποιείται στο 8ο εξάμηνο σπουδών και ο φοιτητής έχει δηλώσει μάθημα που περιλαμβάνει εργαστηριακό μέρος.

2. Οι φοιτητές οι οποίοι πραγματοποιούν πρακτική άσκηση μέσω του προγράμματος κινητικότητα Erasmus έχουν τη δυνατότητα να απαλλαγούν από την υποχρεωτική παρουσία στα εργαστήρια των μαθημάτων που περιλαμβάνονται στο 7ο ή/και 8ο εξάμηνο του προγράμματος σπουδών, εφόσον η πρακτική άσκηση πραγματοποιείται στα προαναφερόμενα εξάμηνα σπουδών και ο φοιτητής έχει δηλώσει μάθημα που περιλαμβάνει εργαστηριακό μέρος.

Και στις δύο προαναφερόμενες περιπτώσεις ο βαθμός του εργαστηριακού μέρους των σχετικών μαθημάτων θα προκύπτει από απαλλακτική εργασία που θα δίνεται από τους καθηγητές των εκάστοτε εργαστηριακών μαθημάτων.

17. Ίδρυματικός Κανονισμός Erasmus

Στο πλαίσιο του Προγράμματος Erasmus+, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χορηγεί υποτροφίες κινητικότητας φοιτητών και προσωπικού με στόχο τη βελτίωση των δεξιοτήτων και της απασχολησιμότητας, καθώς και στον εκσυγχρονισμό των συστημάτων εκπαίδευσης, κατάρτισης και νεολαίας.

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου χρηματοδοτείται για τις υποτροφίες αυτές μέσω του ΙΚΥ, την Εθνική Μονάδα Συντονισμού για το Πρόγραμμα.

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου συμμετέχει στο Πρόγραμμα LLP/ERASMUS με τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- Κινητικότητα διδακτικού προσωπικού για διδασκαλία/ επιμόρφωση
- Κινητικότητα διοικητικού προσωπικού για επιμόρφωση
- Κινητικότητα φοιτητών για σπουδές
- Κινητικότητα φοιτητών για πρακτική άσκηση

Οι δραστηριότητες στο πλαίσιο του Erasmus+ που αφορούν τους φοιτητές είναι οι ακόλουθες:

17.1 Κινητικότητα φοιτητών για σπουδές

Δικαίωμα υποβολής αίτησης επιχορήγησης Erasmus έχουν όσοι, -ες φοιτητές,-τριες :

α) είναι κανονικά εγγεγραμμένοι/ες σε Τμήματα του Ιονίου Πανεπιστημίου σε προπτυχιακό, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο σπουδών με σκοπό την απόκτηση αναγνωρισμένου τίτλου σπουδών.

β) έχουν αποδεδειγμένη γλωσσική επάρκεια στο απαιτούμενο επίπεδο που ορίζει το Ίδρυμα υποδοχής

γ) παρέχουν ένδειξη υψηλών κινήτρων για την συμμετοχή στο Πρόγραμμα.

Επιλέξιμη περίοδος κινητικότητας φοιτητών για σπουδές είναι από 3 έως 12 μήνες.

17.2 Κινητικότητα φοιτητών για πρακτική άσκηση

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν οι:

- Προπτυχιακοί φοιτητές/φοιτήτριες
- Υποψήφιοι διδάκτορες, που είναι κανονικά εγγεγραμμένοι/ες στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο
- Οι προσφάτως αποφοιτήσαντες φοιτητές/φοιτήτριες, τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Η έγκριση των αιτήσεων καθώς και η υπογραφή της «Συμφωνίας Μάθησης» (Learning Agreement) πρέπει να έχει ολοκληρωθεί κατά το τελευταίο έτος της φοίτησής τους.

Η Πρακτική Άσκηση θα πρέπει να πραγματοποιηθεί στον πρώτο χρόνο της αποφοίτησής τους.

Οι δράσεις αυτές πραγματοποιούνται σε ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια ή φορείς με τα οποία το Τμήμα έχει συνάψει διμερή συμφωνία.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφτείτε το Τμήμα Διεθνών και Δημοσίων Σχέσεων του Ιονίου Πανεπιστημίου.

Μπορείτε να βρείτε τον εγκεκριμένο Ιδρυματικό Κανονισμό Erasmus [ΕΔΩ](#).

Μπορείτε να βρείτε τον εγκεκριμένο Κανονισμό Erasmus του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας [ΕΔΩ](#)

18. Μεταπτυχιακές Σπουδές

Στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας της Σχολής Επιστήμης της Πληροφορίας και Πληροφορικής του Ιονίου Πανεπιστημίου λειτουργεί Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) με τίτλο **«Νέα Μέσα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μάρκετινγκ»** (*“New Media Communication and Digital Marketing”*).

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Νέα Μέσα Επικοινωνίας και Ψηφιακό Μάρκετινγκ» έχει ως αντικείμενο την παροχή εξειδικευμένων γνώσεων και την ανάπτυξη ικανοτήτων αξιοποίησης των Ψηφιακών Μέσων για την Επικοινωνία και το Μάρκετινγκ. Σκοπός του προγράμματος είναι να παράσχει στους μεταπτυχιακούς φοιτητές τη γνώση που είναι απαραίτητη ώστε να εμβαθύνουν σε ειδικά ζητήματα της επιστήμης της Επικοινωνίας και του Μάρκετινγκ και να αναπτύξουν υψηλού επιπέδου επιστημονική σκέψη με επαγγελματικό και ερευνητικό προσανατολισμό. Το πρόγραμμα απευθύνεται τόσο σε εργαζόμενους του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα οι οποίοι επιθυμούν να αποκτήσουν εξειδικευμένες γνώσεις στα νέα μέσα επικοινωνίας και ψηφιακού μάρκετινγκ, όσο και σε πτυχιούχους ΑΕΙ οι οποίοι επιθυμούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε μεταπτυχιακό επίπεδο στους τομείς της Επικοινωνίας και των Ψηφιακών Μέσων. Στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα γίνονται δεκτοί κάτοχοι τίτλου πρώτου κύκλου σπουδών Ανώτατων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (Πανεπιστήμια, ΤΕΙ) της ημεδαπής ή ομοταγών ιδρυμάτων της αλλοδαπής σύμφωνα με τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας. Η χρονική διάρκεια σπουδών για την απονομή του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών ορίζεται σε τρία (3) ακαδημαϊκά εξάμηνα. Το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών απονέμει Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΔΜΣ) στα **«Νέα Μέσα Επικοινωνίας και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»**.

Περισσότερες πληροφορίες για το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών σπουδών μπορούν να αναζητηθούν στην ιστοσελίδα <https://dmc.ionio.gr/nmc/gr/> καθώς και στον επικαιροποιημένο κανονισμό του προγράμματος σε [αυτό το σύνδεσμο](#).

19. Απόκτηση Διδακτορικού Διπλώματος

Αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με το Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας της Σχολής Επιστήμης της Πληροφορίας και Πληροφορικής του Ιονίου Πανεπιστημίου παρέχει τη δυνατότητα διεξαγωγής Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών (Π.Δ.Σ.) σε τομείς που εμπίπτουν στα ερευνητικά ενδιαφέροντα ή/και τα γνωστικά αντικείμενα των μελών ΔΕΠ του Τμήματος.

Οι Διδακτορικές Σπουδές αποβλέπουν στη διεξαγωγή υψηλής ποιότητας επιστημονικής έρευνας και στη δημιουργία επιστημόνων ικανών να συμβάλουν στην πρόοδο της επιστήμης, της έρευνας και των εφαρμογών. Οι απόφοιτοι διδάκτορες προορίζονται να στελεχώσουν το ερευνητικό, επιχειρηματικό και εκπαιδευτικό δυναμικό της Ελλάδας και του εξωτερικού. Συγχρόνως, οι Διδακτορικές Σπουδές αποτελούν για το Τμήμα, αλλά και το Πανεπιστήμιο γενικότερα, πηγή ακαδημαϊκού κύρους και διεθνούς διάκρισης και συμβάλλουν στην ποιοτική και ποσοτική αναβάθμιση της έρευνας.

Οι Διδακτορικές Σπουδές του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας οργανώνονται και λειτουργούν σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 4485/2017 όπως αυτές ισχύουν και όπως διαμορφωθούν στο μέλλον, τις ισχύουσες λοιπές σχετικές νομικές διατάξεις και αποφάσεις, καθώς και τις διατάξεις του παρόντος κανονισμού.

Κανονισμός και έντυπα Διδακτορικών Σπουδών

Ο **Κανονισμός Διδακτορικών Σπουδών** περιέχεται **εδώ**.

Το ΦΕΚ 3268/27-8-2019 του Διδακτορικού Προγράμματος Σπουδών (Δ.Π.Σ) περιέχεται **εδώ**.

Το **έντυπο αίτησης εισαγωγής** στο πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών περιέχεται **εδώ**.

Το **προσχέδιο διδακτορικής διατριβής** από **εδώ**.

20. Ερευνητική Δραστηριότητα του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας

Στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας διεξάγεται έρευνα σε διάφορες επιστημονικές περιοχές του πεδίου γνώσης, ενώ το προσωπικό του τμήματος επιδεικνύει υψηλή δραστηριότητα, τόσο σε επίπεδο δημοσιεύσεων, όσο και σε επίπεδο ανάληψης ερευνητικών έργων, διοργάνωσης συνεδρίων και λοιπών δράσεων ερευνητικού χαρακτήρα.

Το Τμήμα διαθέτει τέσσερα (4) ενεργά θεσμοθετημένα ερευνητικά εργαστήρια στα οποία διεξάγεται έρευνα αιχμής επάνω σε σύγχρονες και καιρίες επιστημονικές περιοχές και αντικείμενα.

Στο **Εργαστήριο Ψηφιακού Μετασχηματισμού (DigiLab)** μελετώνται τα γνωστικά αντικείμενα του πλαισίου παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, των προσωπικών δεδομένων και ιδιωτικότητας, της ψηφιακής σύγκλισης, των δικτύων υπολογιστών και επικοινωνιών, του Υπολογιστικού Νέφους, της Ποιότητας Υπηρεσίας και Εμπειρίας, του Κινητού και Διάχυτου Υπολογισμού καθώς και των Υπολογιστικών Μονάδων Υψηλής Απόδοσης.

Το **Εργαστήριο Τεχνολογιών Επιρροής και Αλληλεπίδρασης (InterLab)** καλύπτει τις ερευνητικές και διδακτικές ανάγκες στο γνωστικό αντικείμενο των σύγχρονων ψηφιακών μέσων και τεχνολογιών επιρροής και αλληλεπίδρασης, μέσω της μελέτης της επίδρασης των ανωτέρω στον άνθρωπο σε ατομικό, ομαδικό και κοινωνικό επίπεδο, αλλά και της αξιοποίησής τους στην πολιτισμική διαχείριση και την εκπαίδευση. Επίσης, εκπονεί έρευνα στον τομέα της ψηφιακής επεξεργασίας πολυμεσικών σημάτων, σημάτων ορισμένων σε γραφήματα και άλλα πολυδιάστατα και πολυτροπικά σήματα, αξιοποιώντας εργαλεία από τις περιοχές της μαθηματικής βελτιστοποίησης, της μηχανικής μάθησης και της επεξεργασίας σημάτων.

Το **Εργαστήριο Νέων Μέσων Επικοινωνίας και Ευχρηστίας (NeMeCULAB)** θεραπεύει τα εξής γνωστικά αντικείμενα: της επικοινωνίας με χρήση νέων τεχνολογιών, της ανάλυσης δεδομένων και επικοινωνίας, της ψηφιακής αλληλεπίδρασης για την εκμάθηση και την ενημέρωση, της εμπειρίας χρήστη για διαδικτυακούς τόπους και εφαρμογές, της σχεδίασης και παραγωγής ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών για την πληροφόρηση, της αξιολόγησης ευχρηστίας διαδικτυακών τόπων και εφαρμογών, των νέων μέσων επικοινωνίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, της πολιτικής επικοινωνίας, της σχεδίασης γραφικού περιβάλλοντος καθώς και της ψηφιακής περιβαλλοντικής επικοινωνίας.

Το **Εργαστήριο Μελέτης Αποδήμου Επτανησιακού Ελληνισμού** έχει ως σκοπό την εκπόνηση υψηλού επιπέδου έρευνας, την εκπαίδευση, την παροχή υποστήριξης και τη διασύνδεση των Ελλήνων αποδήμων ανά την υφήλιο.

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας έχει διοργανώσει ένα συνέδριο εθνικής εμβέλειας και τέσσερα διαδικτυακά σεμινάρια (webinars) την τελευταία διετία.

Στην συνέχεια αναφέρονται ενδεικτικά ερευνητικά έργα στα οποία μέλη ΔΕΠ του Τμήματος συμμετείχαν, είτε ως επιστημονικοί υπεύθυνοι των έργων είτε ως μέλη των ομάδων εργασίας των έργων:

Ανάπτυξη του συστήματος “PharmaTron”

Το έργο PharmaTron υλοποιήθηκε στα πλαίσια της εθνικής δράσης «Ερευνώ – Δημιουργώ – Καινοτομώ». Από το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας συμμετείχαν τρία μέλη ΔΕΠ. Αντικείμενο του έργου ήταν η ανάπτυξη του συστήματος “PharmaTron” μέσω του οποίου θα προσδιορίζεται το πλησιέστερο φαρμακείο που μπορεί να εκτελέσει συγκεκριμένη συνταγή και εφόσον απαιτηθεί να παραδώσει τα φάρμακα στον χώρο που βρίσκεται ο Ασθενής. Στόχος του έργου ήταν η πλατφόρμα που θα αναπτυχθεί να λειτουργήσει ως μια προηγμένη πλατφόρμα αξιοποίησης και υποστήριξης της Ηλεκτρονικής

Συνταγογράφησης (<https://www.e-prescription.gr>) της ΗΔΙΚΑ (Γενικής Γραμματείας Κοινωνικών Ασφαλίσεων) και στήριξης της ιατρικής απόφασης χορήγησης φαρμάκων. Η εφαρμογή PharmaTron μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον κάθε Ασθενή/Πολίτη, ανεξαρτήτως της εξοικείωσης του με την τεχνολογία, αφού η πρόσβαση στην πλατφόρμα γίνεται είτε μέσω PC, Tablet, SmartPhone είτε με απλή Τηλεφωνική κλήση και αξιοποίηση του ενσωματωμένου συστήματος φωνητικής πύλης. Η ανάπτυξη της καινοτόμου ιδέας του PharmaTron βασίστηκε σε σύγχρονες και πρωτοποριακές τεχνολογίες καθώς και σε διασύνδεση διαφορετικών συστημάτων πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών έτσι ώστε να υλοποιούνται αποτελεσματικά οι παρεχόμενες υπηρεσίες προμήθειας φαρμάκων καθώς επίσης η επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων της επιχείρησης. Το εμπλεκόμενο μέλη ΔΕΠ από το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας συμμετείχαν σε όλα τα στάδια υλοποίησης του έργου ενώ είχαν αναλάβει ειδικούς ρόλους που σχετίζονταν με: ψηφιακό μάρκετινγκ, προστασία προσωπικών δεδομένων, ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές κ.α.

Έρευνα σύγχρονων ψηφιακών μεθόδων σήμανσης αξιοθέατων με στόχο τη βελτιστοποίηση της ενημέρωσης επισκεπτών και την κοινοποίηση εμπειριών. Εφαρμογή με χρήση τεχνολογιών NFC, QRcode και πρωτότυπων #hashtags

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας ανέλαβε να υλοποιήσει για λογαριασμό της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων (Περιφερειακές Ενότητες Κεφαλονιάς-Ιθάκης), έργο σχετικά με την χρήση σύγχρονων μεθόδων ψηφιακής σήμανσης με στόχο την βελτιστοποίηση της ενημέρωσης επισκεπτών. Στο πλαίσιο των εν λόγω έργου εφαρμόστηκαν καινοτόμες τεχνολογίες / πρακτικές όπως τεχνολογίες NFC, QRcode και πρωτότυπες #hashtags». Ο κύριος στόχος του έργου ήταν να αξιοποιήσει τις νέες τεχνολογίες πληροφόρησης μέσω κινητών συσκευών προς όφελος της βελτίωσης της εμπειρίας των επισκεπτών και της αύξησης της διάδρασης (engagement). Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στην ποιότητα και στον όγκο των πληροφοριών που δύναται να λαμβάνουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους σε σημεία ενδιαφέροντος των νησιών. Στο πλαίσιο του έργου διενεργήθηκε εκτενή πρωτογενή έρευνα σε τουρίστες για την Κεφαλονιά και την Ιθάκη. Τα αποτελέσματα του έργου παρουσιάστηκαν σε ειδική ημερίδα που διοργανώθηκε στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας.

Πρόγραμμα “The Room Where It Happens”

Το Τμήμα Ψηφιακών και Επικοινωνίας συμμετέχει στο πρόγραμμα "The Room Where It Happens" Project το οποίο χρηματοδοτείται από το [Alumni Thematic International Exchange Seminars-Alumni TIES](#) του U.S. Department of State με την υποστήριξη του οργανισμού [World Learning](#). Στο πλαίσιο του έργου πανεπιστήμια από την Ελλάδα και την Ινδία αναλύουν και ερευνούν ζητήματα που σχετίζονται με την διάδοση ψευδών ειδήσεων σε κλειστές ομάδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιδίως διαμέσου εφαρμογών μηνυμάτων (messaging apps). Μέσω μιας 6-μηνιας πρακτικής δοκιμασίας η ομάδα του έργου διερευνά διάφορα σενάρια παραπληροφόρησης ή έλλειψης πληροφόρησης τα οποία διαδίδονται με εκθετικούς ρυθμούς ανάμεσα σε μέλη κλειστών ομάδων χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στην ομάδα που εκπροσωπεί το Τμήμα συμμετέχουν φοιτητές και μέλη ΔΕΠ.

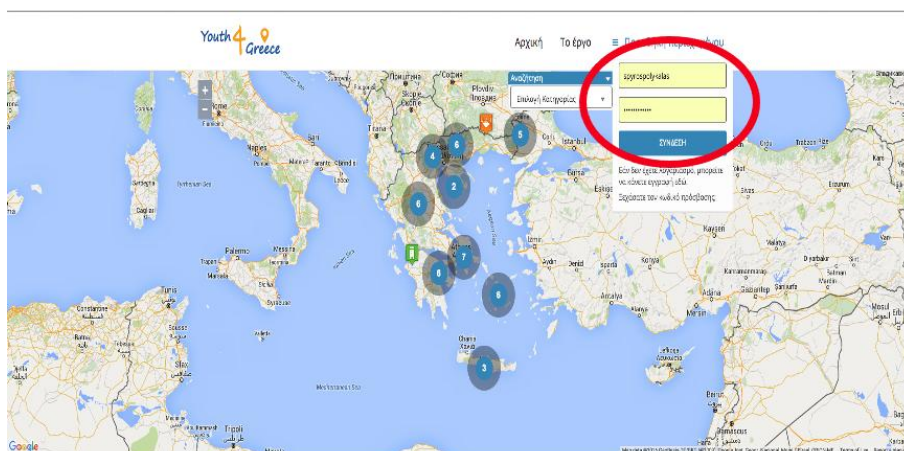
Συμμετοχή στη Συμμαχία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Ψηφιακές Δεξιότητες και την Απασχόληση

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας από τον Ιούλιο του 2020 έγινε επίσημο μέλος της Συμμαχίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Ψηφιακές Δεξιότητες και την Απασχόληση ([Digital Skills and Jobs Coalition](#)). Η εν λόγω Συμμαχία αποτελεί μια σημαντική πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στην οποία συμμετέχουν εκπρόσωποι των κρατών μελών, εταιρείες, κοινωνικοί εταίροι, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και φορείς εκπαίδευσης που λαμβάνουν μέτρα για την αντιμετώπιση του ψηφιακού αναλφαριθμισμού στην Ευρώπη. Οι δράσεις της Συμμαχίας εστιάζουν σε 4 διαφορετικές θεματικές ομάδες: Δράσεις

για όλους τους πολίτες (digital skills for all), Δράσεις για το εργατικό δυναμικό (digital skills for the labour force), Δράσεις για Επαγγελματίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (digital skills for ICT professionals) και Δράσεις στο χώρο της εκπαίδευσης (digital skills in education). Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας εστιάζει σε δράσεις σχετικές με την επικοινωνία, το ψηφιακό μάρκετινγκ, την ηλεκτρονική δημοσιογραφία και δημοσιογραφία δεδομένων, της στρατηγικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων με έμφαση στα ψηφιακά μέσα κ.α. Στα πλαίσια των εν λόγω δράσεων έχουν υλοποιηθεί από το Τμήμα τρία Θερινά Σχολεία σε Κεφαλονιά και Κέρκυρα με στόχο την ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων σε νέους. Επιπλέον το Τμήμα συμμετέχει σε εθνικές δράσεις προώθησης νέων τεχνολογιών όπως είναι ο Πανελλήνιος Διαγωνισμός Ανοικτών Τεχνολογιών στην Εκπαίδευση που οργανώνεται από τον ΕΛΛΑΚ.

Υλοποίηση πλατφόρμας «Youth4Greece»

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας σε συνεργασία με την Google υποστήριξαν την δράση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Saferinternet. Ειδικότερα στο πλαίσιο της εν λόγω δράσης υλοποιήθηκε η πλατφόρμα «Youth4Greece» με στόχο να προβάλλει την Ελλάδα μέσα από τα μάτια των παιδιών και των εφήβων, επιτρέποντάς τους να δημιουργήσουν αμιγώς πρωτότυπα βίντεο σε σχέση με τα αξιοθέατα του τόπου τους – ιστορικά, πολιτιστικά, φυσικής ομορφιάς– τις τοπικές εκδηλώσεις και τις τοπικές συνταγές, προσκαλώντας με αυτό τον τρόπο συνομήλικούς τους αλλά και όλους τους επισκέπτες της πλατφόρμας να γνωρίσουν τη χώρα μας. Μέσα από αυτή τη δράση και σε συνεργασία με τους εκπαιδευτικούς τους, οι μαθητές κλήθηκαν με διασκεδαστικό τρόπο να δημιουργήσουν πρωτότυπο διαδικτυακό υλικό συμβάλλοντας άμεσα στην προαγωγή καλού και ποιοτικού περιεχομένου που προβάλλει τη χώρα μας, και κατανοώντας ταυτόχρονα τις πολύ σημαντικές έννοιες της καινοτομίας, της πνευματικής ιδιοκτησίας και της συνεργασιμότητας. Στόχος του έργου ήταν να προσκαλέσει τους νέους να αναλάβουν το ρόλο τους ως δημιουργοί και όχι μόνο ως παθητικοί χρήστες του Διαδικτύου.



Σχήμα. Πλατφόρμα Youth4Greece

Σε επίπεδο δημοσιεύσεων, το τμήμα έχει να επιδείξει ένα σημαντικό αριθμό δημοσιεύσεων σε επιστημονικά συνέδρια και περιοδικά ο οποίος αναμένεται να αυξηθεί στο προσεχές διάστημα καθώς από το 2020 στο Τμήμα προσφέρονται τόσο μεταπτυχιακές όσο και διδακτορικές σπουδές. Σημειώνεται ότι το 2021 μέλος ΔΕΠ του Τμήματος τιμήθηκε από τον εκδοτικό οίκο Emerald με το βραβείο “Outstanding Paper of 2020”, για επιστημονικό άρθρο που δημοσιεύθηκε σε περιοδικό του εν λόγω εκδοτικού οίκου. Η αναγνώριση του ακαδημαϊκού κύρους του διδακτικού και ερευνητικού προσωπικού του τμήματος αποδεικνύεται και από την συμμετοχή των μελών ΔΕΠ σε πόστα επιστημονικών επιτροπών περιοδικών και συνεδρίων.

21. Φοιτητική Μέριμνα

21.1 Σίτιση

Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο για τη σίτιση των φοιτητών του διαθέτει φοιτητικό εστιατόριο. Η σίτιση παρέχεται δωρεάν στους φοιτητές που πληρούν τα κριτήρια **αριθ. Φ5/68535/Β3/18-6-2012 Κοινής Υπουργικής Απόφασης**. Η επίβλεψη του εστιατορίου γίνεται από την Επιτροπή Φοιτητικής Μέριμνας και Αθλητισμού. Για περισσότερες πληροφορίες μεταβείτε στο διαδικτυακό τόπο της Φοιτητικής Μέριμνας στον ακόλουθο σύνδεσμο <https://sites.ionio.gr/e-care/nutrition>.

21.2 Υγειονομική περίθαλψη φοιτητών και έκδοση ευρωπαϊκής κάρτας ασφάλισης ασθενείας

Οι φοιτητές/τριες, σύμφωνα με την παρ.3, αρθ.31 του Ν.4452/2017, δικαιούνται δωρεάν, πλήρους ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης στο Εθνικό Σύστημα Υγείας, εάν δεν είναι ασφαλισμένοι σε κάποιον ασφαλιστικό φορέα. Οι ανασφάλιστοι φοιτητές και φοιτήτριες δικαιούνται πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας φροντίδας υγείας, με την επίδειξη του ΑΜΚΑ. Οι φοιτητές/τριες μπορούν επίσης να προχωρήσουν στην έκδοση ευρωπαϊκής κάρτας ασφάλισης ασθενείας. Απαιτούμενα δικαιολογητικά, καθώς και για τις προθεσμίες υποβολής, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να επικοινωνούν εγκαίρως με τη Γραμματεία του Τμήματος.

21.3 Οικονομικές ενισχύσεις

Στεγαστικό επίδομα ύψους χιλίων ευρώ (1.000 €) χορηγείται στους προπτυχιακούς φοιτητές, Έλληνες υπηκόους ή υπηκόους άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (πρώτου κύκλου σπουδών) των ΑΕΙ της χώρας, εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις και υποβάλλουν τα σχετικά δικαιολογητικά. Χορηγείται σε όλους τους φοιτητές μιας οικογένειας, εφ' όσον διαμένουν σε άλλη πόλη από αυτή της κύριας κατοικίας τους και ενοικιάζουν κατοικία και για όσα έτη διαρκούν οι σπουδές στο Τμήμα στο οποίο φοιτούν (τέσσερα στην περίπτωση του ΠΤΔΕ/ΔΠΘ). Η φοίτηση αποδεικνύεται με πιστοποιητικό σπουδών που χορηγείται από τη Γραμματεία του Τμήματος εντός των τριών πρώτων μηνών κάθε ημερολογιακού έτους. Στο πιστοποιητικό βεβαιώνεται ότι ο/η φοιτητής/τρια έχει εξετασθεί επιτυχώς στα μισά τουλάχιστον από τα μαθήματα που προβλέπει το Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος για τα δύο προηγούμενα εξαμήνων. Εξαίρεση αποτελεί το πρώτο έτος, για το οποίο απαιτείται μόνο πιστοποιητικό εγγραφής. Η διαδικασία και τα απαραίτητα δικαιολογητικά για την καταβολή του στεγαστικού επιδόματος φοιτητών καθορίζονται με τη σχετική Υπουργική Απόφαση Υ.Α Αριθ. 2.19525/0026/2013(ΦΕΚ 393 Β' 21.02.2013) και ΚΥΑ 140832/Ζ1/25-82017 (ΦΕΚ 2993Β' /31-8-2017). Προθεσμίες υποβολής και άλλες λεπτομέρειες για την ηλεκτρονική υποβολή των πρωτοετών φοιτητών (stegastiko.minedu.gov.gr).

21.4 Υποτροφίες

Σε πρωτεύσαντες φοιτητές/φοιτήτριες χορηγείται ετήσια η Υποτροφία «Γεράσιμος Αρσένης» ύψους 1000 ευρώ.

22. Ακαδημαϊκό Ημερολόγιο

Το ακαδημαϊκό έτος αρχίζει την 1η Σεπτεμβρίου κάθε έτους και λήγει την 31η Αυγούστου του επόμενου έτους. Κατανέμεται σε δύο αυτοτελή εξάμηνα (Χειμερινό και Εαρινό). Οι ακριβείς ημερομηνίες έναρξης και λήξης των εξαμήνων, καθώς και οι αντίστοιχες περίοδοι εξετάσεων καθορίζονται από τη Σύγκλητο του Πανεπιστημίου.

Το ακαδημαϊκό ημερολόγιο ανανεώνεται κάθε χρόνο και ανακοινώνεται στη διεύθυνση <https://ionio.gr/gr/news/academic-calendar/>