

ΕΥ12. Περίγραμμα Μαθήματος: Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας

6. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ (Πρώτος Κύκλος Σπουδών)		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΕΥ
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Στρατηγικές προβολής και επικοινωνίας		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Διαλέξεις		3	6
Ασκήσεις Πράξης		1	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Ειδικού υποβάθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική (και Αγγλική για φοιτητές προγράμματος ERASMUS)		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Ναι		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	(Το μάθημα δεν έχει διδαχθεί ακόμα)		

7. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να έχουν τις: Γνώσεις ώστε να μπορούν να: - αναγνωρίζουν τις βασικές έννοιες και θεωρήσεις γύρω από την επικοινωνία, την επικοινωνιακή στρατηγική και την προβολή και προώθηση προϊόντος, υπηρεσίας ή επωνυμίας, - κατανοούν τα βασικά χαρακτηριστικά κάθε επικοινωνιακής πράξης: πομπός, μήνυμα, μέσο, δέκτης και αποτέλεσμα της επικοινωνίας. Δεξιότητες ώστε να μπορούν να: - αναλύουν τις επιλογές και τα βήματα σχεδιασμού μιας καμπάνιας προβολής και της συνολικής στρατηγικής επικοινωνίας ενός φορέα - εφαρμόζουν τα όσα διδάχτηκαν στην οργάνωση στρατηγικού σχεδιασμού μιας καμπάνιας προβολής ή προώθησης κάποιας επιχειρηματικής ή τουριστικής δράσης. Ικανότητες ώστε να μπορούν να:



e. σχεδιάζουν τη συνολική στρατηγική επικοινωνίας ενός φορέα.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Το μάθημα αποσκοπεί σε

- αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση των απαραίτητων πληροφοριών,
- λήψη αποφάσεων,
- αυτόνομη και ομαδική εργασία,
- εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον,
- παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών,
- σχεδιασμό και διαχείριση έργων,
- ενίσχυση του σεβασμού στη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα,
- άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής,
- προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

8. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Συζητούνται:

- οι θεωρίες και οι μορφές της επικοινωνίας (διαπροσωπική, διαμεσολαβημένη, μαζική και ψηφιακή),
- η έννοια της στρατηγικής επικοινωνίας, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή της,
- η φύση των πομπών (ατόμων, εταιριών, οργανισμών), η διαμόρφωση της επωνυμίας και της στοχοθεσίας τους και η ανάπτυξη της κατάλληλης στρατηγικής για κάθε επικοινωνιακή πράξη,
- το φαινόμενο της διαμεσολάβησης (χρήση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Ψηφιακών Μέσων, καταγραφή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους γνωρισμάτων, επιλογή κατάλληλου μέσου για την μεταφορά ενός μηνύματος),
- τα διάφορα είδη μηνυμάτων και οι βασικές επιλογές ως προς τη σχεδίαση της μορφής και του περιεχομένου τους (πλαίσιο παραγωγής και πρόσληψης μηνυμάτων, διαμόρφωση μηνυμάτων ανά κατηγορία πελατών/καταναλωτών, μαζικά και εξατομικευμένα μηνύματα),
- οι κώδικες και οι συμβολισμοί στην επικοινωνία,
- ο χαρακτήρας και ο ρόλος των πελατών/καταναλωτών ανά θεωρία και ανά είδος επικοινωνίας (έρευνες κοινού, θεωρίες πρόσληψης, ευρύ κοινό, ερμηνευτικές κοινότητες, ειδικές και στοχευόμενες ομάδες πελατών/καταναλωτών, ανάπτυξη σχέσης επωνυμιών – πελατών/καταναλωτών),
- παραδείγματα και καλές πρακτικές.

9. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Στην τάξη, πρόσωπο με πρόσωπο. Διάλεξη, διαδραστική παρουσίαση παραδειγμάτων, χρήση οπτικοακουστικού υλικού.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών στη διδασκαλία και στην επικοινωνία με τους φοιτητές. Υποστήριξη από εποπτικά μέσα.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία,</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις & Ασκήσεις Πράξης	50
	Εκπόνηση μελέτης (project)	50
	Συγγραφή εργασίας	25
	Αυτοτελής Μελέτη	25



Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.	Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική και Αγγλική για φοιτητές προγράμματος ERASMUS Η αξιολόγηση των φοιτητών θα γίνεται με : (Α): Γραπτή εργασία / έκθεση αναφορικά με τα ευρήματα μελέτης (project) : 40% (Β): Δημόσια παρουσίαση: 10% (Γ): Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου [Δοκιμασία πολλαπλής επιλογής: 25% και Ερωτήσεις ανάπτυξης (25%)] Η αξιολόγηση των φοιτητών είναι προσβάσιμη από αυτούς για επεξηγήσεις αναφορικά με την βελτίωση τους.	

10. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- McQuail D. (2003). *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: Καστανιώτης
- Thompson J. (1999). *Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας*, Αθήνα: Παπαζήσης
- Κάβουρα, Α. (2021). *Επικοινωνία, διαφήμιση & μάρκετινγκ στο ψηφιακό περιβάλλον και ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Gutenberg
- Blech, E., Belch, M. (2018). *Διαφήμιση και προώθηση. Ολοκληρωμένη επικοινωνία μάρκετινγκ*. Θεσσαλονίκη: Τζιόλα
- Σταμάτης, Γ. (2007). *Ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνία*. Αθήνα: Σταμούλης
- Fiske, J. (1992). *Εισαγωγή στην επικοινωνία*. Αθήνα: Αιγόκερως

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Communication