**ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΣΧΟΛΗ** | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**  | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **B11** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | **Εαρινό (Επιλογής)** |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ** |
| **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* | **ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** | **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ** |
| Διαλέξεις | 3 | 5 |
|  |  |  |
|  |  |  |
| *Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).* |  |  |
| **ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ***γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης* *γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων* | ΜΕ |
| **ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:** |  |
| **ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:** | Ελληνική |
| **ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS**  | Ναι (στην αγγλική) |
| **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)** |  |

1. **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 το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης*
* *Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β*
* *Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*
 |
| Το μάθημα αποτελεί μάθημα εξειδίκευσης στο ζωτικό αντικείμενο της συμπεριφοράς καταναλωτή και μέσα κοινωνική δικτύωσης. Δείχνει με ποιόν τρόπο τα κοινωνικά μέσα ταιριάζουν και συμπληρώνουν την εργαλειοθήκη του μαρκετίστα. Η ύλη του μαθήματος στοχεύει στο συνδυασμό της ουσιαστικής θεωρίας με πρακτικές εφαρμογές. Περιλαμβάνει θέματα σχετικά με το στρατηγικό σχεδιασμό μάρκετινγκ με μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με εφαρμογές επικοινωνιών μάρκετινγκ, με τη σύνθεση και παραμετροποίηση δεδομένων κοινωνικών μέσων για να προσφέρει βαθύτερη γνώση της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Με την επιτυχή ολοκλήρωση της ενότητας αυτής ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση: * Να προσδιορίσει την κοινωνική ταυτότητα
* Να υποστηρίξει τον δικτυωμένο κόσμο
* Να περιγράψει και να ταξινομήσει τα κίνητρα και τις απόψεις που επηρεάζουν τις δραστηριότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
* Να συνθέσει τα τμήματα κοινωνικών μέσων
* Να διαχειριστεί τα κοινωνικά μέσα για την καταναλωτική έρευνα
* Να αξιολογήσει τα κοινωνικά μέσα
* Να παράγει δεδομένα από τη δικτυωμένη
 |
| **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;.* |
| *Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών* *Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις* *Λήψη αποφάσεων* *Αυτόνομη εργασία* *Ομαδική εργασία* *Εργασία σε διεθνές περιβάλλον* *Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον* *Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*  | *Σχεδιασμός και διαχείριση έργων* *Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα* *Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον* *Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου* *Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής* *Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης**……**Άλλες…**…….* |
| * Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
* Αυτόνομη εργασία
* Ομαδική εργασία
* Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
* Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
 |

|  |
| --- |
| 1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**
 |
| * + Κοινωνικοί Καταναλωτές
	+ Τμηματοποίηση και Στοχοποίηση με Κοινωνικά Μέσα
	+ Κοινωνική Ταυτότητα
	+ Δικτυωμένος Κόσμος: Η χρήση των Κοινωνικών Μέσων
	+ Κίνητρα και Απόψεις που Επηρεάζουν τις Δραστηριότητες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
	+ Τμήματα Κοινωνικών Μέσων
	+ Η Δικτυωμένη Κοινότητα.
	+ Κοινωνική Δημοσίευση
	+ Κοινωνικά Μέσα για τη Βαθύτερη Γνώση του Καταναλωτή
	+ Ο Ρόλος των Κοινωνικών Μέσων στην Έρευνα
	+ Πρωτογενής Έρευνα στα Κοινωνικά Μέσα
	+ Διαχείριση Κοινωνικών Δεδομένων
	+ Κοινωνική Διάχυση του μηνύματος
 |

1. **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ***Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.* | Διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη φοιτητών μέσα από το σύστημα e-learning του Τμήματος |
| **ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ***Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές* | Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: Λογισμικό Επεξεργασία Κειμένου, Παρουσιάσεων, Υπολογιστικών Φύλλων. Για τη διεξαγωγή των παρουσιάσεων γίνεται χρήση Video projector.Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία: Η επικοινωνία με τους φοιτητές επιτυγχάνεται μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου και της πλατφόρμας e-learning του Τμήματος. |
| **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ***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, 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 σύμφωνα με τις αρχές του ECTS* |

|  |  |
| --- | --- |
| ***Δραστηριότητα*** | ***Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου*** |
| Διαλέξεις | 46 |
| Ασκήσεις πράξης  | 26 |
| Συγγραφή εργασίας (εργασιών) | 10 |
| Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project) | 10 |
| Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας |  |
| Αυτοτελής Μελέτη | 33 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Σύνολο Μαθήματος  | ***125*** |

 |
| **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 : ΕλληνικάΓραπτή τελική εξέταση (60%) η οποία μπορεί να περιλαμβάνει:Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής ή σωστού‐λάθους.Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, και Επίλυση Προβλημάτων.Ερωτήσεις ανάπτυξης.Εξέταση μελέτης περίπτωσης.Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος.Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.Εργασία (30 %). Επιλογή ενός εκ των διδασκόντων πεδίων της συμπεριφοράς καταναλωτή και μέσων κοινωνικής δικτύωσηςΣκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες που σχετίζονται με τη συμπεριφορά καταναλωτή και μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν ένα έργο.Κριτήρια αξιολόγησης: o βαθμός ικανοποίησης των παρακάτω : Ανάπτυξη των διαπραγματευτικών και ηγετικών ικανοτήτων, επίδειξη δημιουργικής σκέψης στην επίλυση των προβλημάτων, στοιχεία αμφίδρομης επικοινωνίας, κατάλληλη οργάνωση και διαχείριση του χρόνου και των προδιαγραφών που τέθηκαν, η γραπτή έκθεση, το περιεχόμενο, ο σχεδιασμός και η παρουσίαση αυτής.Παρουσίαση Εργασίας (10 %).Σκοπός αξιολόγησης: Η δημόσια παρουσίαση της εργασίας σε κοινό Κριτήρια αξιολόγησης: Η χρήση σύγχρονου λογισμικού παρουσιάσεων, συμπεράσματα και θέσεις ομάδας σε ερευνητικά ερωτήματα, ορθό τόνο και σαφή ειρμό κατάλληλα για παρουσίαση, ετοιμότητα και πληρότητα απαντήσεων στις ερωτήσεις και τα σχόλια του κοινού. |

1. **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

|  |
| --- |
| *- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:** Social Media Marketing – Μάρκετινγκ με μέσα κοινωνική Δικτύωσης, Συγγραφέας: Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon, Μεταφραστής: Μαρία Κωνσταντοπούλου, Εκδόσεις Δίαυλος, 2016
* Solomon M., Συμπεριφορά Καταναλωτή, Εκδόσεις Tziola, 2018

*- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:** Journal of Consumer Research.
* International Journal of Consumer Studies – Wiley.
* Journal of Consumer Behaviour – Wiley.
* Journal of Consumer Psychology – Elsevier
* International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence
* Journal of Interactive Marketing
 |