



**ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟ ΕΤΟΣ 2017-2018
(Αφορά στοιχεία του Ακ. Έτους 2016-17)

Πίνακας 0-1.1. Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

ΜΑΘΗΜΑ	Ιστοτόπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών *	Διδάσκοντες (Όνομα και Επίθετο Καθηγητών ή Εντεταλμένων Καθηγητών – Συνεργατών, σύμφωνα με τον Ν. 4009/2011 και τον Ν. 4076/2012)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν υποχρεωτικό / προαιρετικό	Αξιολόγηση από φοιτητή: Έχει μοιραστεί και συμπληρωθεί από τους φοιτητές από την 8 ^η -10 ^η εβδομάδα του ακαδημαϊκού εξαμήνου το ερωτηματολόγιο αξιολόγησης Μαθήματος; (Ναι / Όχι) **	Διαλέξεις Αριθμός εβδομάδων που πραγματοποιήθηκαν παραδόσεις ***
ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC100		ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC101		ΜΟΝΟΒΑΣΙΛΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ- ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ - Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC114/		ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ -Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC113/		ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC104		ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΟΓΕΝΕΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ -Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC107/		ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ -Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC106/		ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13

ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC109		ΠΟΥΛΙΟΠΟΥΛΟΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΑΡΧΕΣ MARKETING	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC206		ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC175/		ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC173/		ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC203		ΣΕΡΔΑΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC179/		ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΘΕΩΡΙΑ ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC180/		ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ-ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC178/		ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC150		ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC126		ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC125		ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC129		ΓΙΟΛΤΖΙΔΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟΣ ΛΑΖΑΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC128		ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC116		ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΪΜΟΝΔΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC121		ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ-ΙΟΥΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC184		ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC186		ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ ΗΛΙΑΣ ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC185		ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΘΕΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ε.Ε.	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC188		ΣΙΣΚΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC189		ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ ΘΕΩΡΙΑ ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ- ΙΟΥΛΙΑ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC192		ΓΙΟΛΤΣΙΔΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC190		ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΠΕΡΕΘΝΙΚΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC193		ΠΟΥΛΙΟΠΟΥΛΟΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ Ι	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC194		ΛΙΑΝΝΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ, ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC140		ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC137		ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13

			ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ			
ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC135		ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC142		ΜΥΛΩΝΑ ΦΙΛΙΓΓΕΝΕΙΑ- ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ- ΙΟΥΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC138		ΚΩΣΤΑΡΕΛΛΑ ΙΩΑΝΝΑ- ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ- ΙΟΥΛΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/		--	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/		--	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC147		ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC146		ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ- Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC149		ΠΡΩΤΟΨΑΛΤΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ- Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC148		ΠΡΩΤΟΨΑΛΤΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ II	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC194		ΛΙΑΝΝΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC183		ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ ΜΑΛΑΜΑ ΙΟΥΛΙΑ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟΣ ΛΑΖΑΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC195		ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΘΕΩΡΙΑ- ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC199		ΕΦΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΑΡΙΑ ΠΕΤΡΟΣ ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC197		ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ- ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/		ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ ΔΟΜΝΑ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/ DMC202		ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΥΜΟΝΔΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC212			ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC200		ΣΤΑΘΟΥΛΙΑ ΘΕΟΔΩΡΑ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC170			ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC201			ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC167		ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ ΘΕΩΡΙΑ -ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ-ΙΟΥΛΙΑ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC150		ΔΕΛΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΘΕΩΡΙΑ - ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΪΜΟΝΔΟΣ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Ε	http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94		ΕΦΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΑΡΙΑ ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΠΕΤΡΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Θ	http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94		ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΘΕΩΡΙΑ- ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Ε	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC158		ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΪΜΟΝΔΟΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13

			ΑΜΑΛΙΑ ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ			
ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Θ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC157		ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	ναι	13
ΜΜΕ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC159			ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC170		ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ ΔΟΜΝΑ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	όχι	0
ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC171		ΣΤΑΘΟΥΛΙΑ ΘΕΟΔΩΡΑ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ	ναι	13

* Δώστε τη σελίδα του οδηγού σπουδών (αν υπάρχει) που περιγράφει τους στόχους, την ύλη και τον τρόπο διδασκαλίας και εξέτασης του μαθήματος

** Αν η απάντηση είναι θετική, περιγράψτε στην Έκθεση Εσωτερικής Αξιολόγησης τα κριτήρια και τους τρόπους αξιολόγησης της διδασκαλίας (προσθέστε στοιχεία της απόδοσης των φοιτητών, στοιχεία που δείχνουν τον βαθμό ικανοποίησης των φοιτητών, με βάση π.χ το ερωτηματολόγιο κατά την αποφοίτηση ή τα αποτελέσματα αξιολόγησης μαθημάτων από τους φοιτητές ή άλλα δεδομένα που αποδεικνύουν την επιτυχία του μαθήματος, καθώς και τυχόν δυσκολίες)

Πίνακας 0-1.2. Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία Δίνεται στους φοιτητές λίστα βιβλιογραφίας για την κάλυψη του γνωστικού αντικειμένου του μαθήματος; ΝΑΙ/ΟΧΙ****	Σύνολο εβδομαδιαίων Ωρών διδασκαλίας	Διδακτικές Μονάδες / πιστωτικές μονάδες (ECTS) **	Υπόβαθρου (Υ) Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ) Γενικών Γνώσεων-ΔΟΝΑ (ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Κορμού (Κο) Ειδικότητας (Ε) Κατεύθυνσης (Κα)	Εγγεγραμμένοι φοιτητές	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις από το σύνολο των εγγεγραμμένων		Επάρκεια Εκπαιδευτικών Μέσων Ναι/Όχι*	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση
							ΕΕ	ΕΕ		
ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ Γ., ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΔΙΚΑΙΟ. ΔΙΚΑΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ. ΔΙΚΑΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Β., ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΛΛΑΔΑ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ, ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ Δίκαιο & Internet, Καράκωστας Κ. Ιωάννης	2	3	ΔΟΝΑ	ΚΟΡΜΟΥ	X 306 Ε 9	155 9	80		X 59 Ε 3 ΕΕ 7
ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ	Βιβλίο [22683497]: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ,	4	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 346 Ε 6	161 6	72		X 58 Ε 6 ΕΕ 35

	Βασιλειάδης Γ., Καλογηράτου Ζ., Μονοβασίλης Θ. Βιβλίο [8634]: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ & ΕΠΑΓΩΓΙΚΗ, ΔΗΜΗΤΡΗΣ Λ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΟΣ									
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή , Βιντεομαθήμ ατα	2	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 260 E 1	140 1	13		X 114 E 1 EE 5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ –Θ	Εισαγωγή στην πληροφορική, Evans Alan, Martin Kendall, Poatsy Mary Anne Εισαγωγή στην Πληροφορική, 10η Έκδ, Beekman Ben,Beekman George	2	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 282 E 2	149 2	66		X 65 E 1 EE 23
ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα, McQuail Denis Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας, McQuail Denis,Windahl Swen Εισαγωγή στην πληροφορική, Evans Alan, Martin Kendall, Poatsy Mary Anne	4	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 532 E 39	283 39	98		X 158 E 12 EE 72

ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα	2	6	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 273 E 5	133 5	27		X 86 E 2 EE 21
ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ-Θ	Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα Ο ΠΛΗΡΗΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ, MICHAEL FREEMAN ΨΗΦΙΑΚΟ ΒΙΝΤΕΟ ΓΙΑ ΑΡΧΑΡΙΟΥΣ, COLIN BARRETT	3	6	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 355 E 23	165 23	58		X 93 E 10 EE 17
ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT	MANATZMENT - ΜΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΣΑΡΜΑΝΙΩΤΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ Strategic Management: Text and Cases, DESS, McNAMARA, EISNER	4	6	ΔΟΝΑ	ΚΟΡΜΟΥ	X 438 E 28	253 28	143		X 69 E 8 EE 23
ΑΡΧΕΣ MARKETING	Μάρκετινγκ / Αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα, Ασπασία Βλάχβη	4	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 13 E 272	13 131	94		X 8 E 36 EE 30

	Σιώμος Γ (2004), Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα Μαλλιάρης (2001), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα									
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Ε	Σημειώσεις καθηγητών,	2	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	Ε 194	108	11		Ε 97 ΕΕ 7
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Θ	Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεο,μαθήμ ατα DESIGN ΚΑΙ LAYOUT, DAVID DABNER, A & Σ ΣΑΒΒΑΛΑΣ Α.Ε. Εισαγωγή στην ιστορία και τη θεωρία του graphic design, Μίλτος Φραγκόπουλος, Μιχαήλ Παπαρούνης	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 3 Ε 276	3 142	59		X 0 Ε 76 ΕΕ 31
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	Κοινωνική ψυχολογία. Παρελθόν, παρόν, μέλλον, Σερδάρης Παναγιώτης	3	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 1 Ε 195	1 11	2		X 1 Ε 8 ΕΕ 2

	<p>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ & ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ, ΜΠΡΩΝΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ ΓΙΑΝΝΗΣ, ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ (2014)</p> <p>Κοινωνική ψυχολογία, Hogg Michael, Vaughan Graham</p>									
ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	<p>1. Βιβλίο [16652]: Ειδησεογραφία και Ρεπορτάζ, Rich Carole, εκδ. Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ, 2006</p> <p>2.Βιβλίο [41956324]: BUSINESS COMMUNICATIO N: BUILDING CRITICAL SKILLS, LOCKER, εκδ. Επίκεντρο, 2013</p> <p>3. Βιβλίο [2320]: Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ Σ ΚΑΙ Η ΤΕΧΝΗ ΤΟΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ, ΕΞΑΡΧΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΤ, εκδ. ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ Π. ΧΡΗΣΤΟΥ, 2008.</p> <p>4. Βιβλίο [1856]: Εισαγωγή στο τηλεοπτικό ρεπορτάζ, Ivor Yorke, ΒΙΒΛΙΑ-ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΛΕΘΡΟΝ Ε.Ε.,</p>	4	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 9 E 288	9 173	50	X 6 E 107 EE 35	

	2008.									
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	Η κοινωνιολογική έρευνα, Νότα Κυριαζή Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες, Ιωσηφίδης Θεόδωρος	4	5	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 8 E 158	8 83	42		X 5 E 36 EE 23
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ-ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	- Μπάλας, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2013), Συμπεριφορά Καταναλωτή (2η Έκδοση), Rosili Εμπορική – Εκδοτική Μ. ΕΠΕ, Αθήνα. - Σιώμκος, Γ. (2011), Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ (3η Έκδοση), Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 7 E 224	7 109	63		X 7 E 39 EE 8
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Πολιτικός λόγος και τηλεόραση, Δεληγκισούρη Αναστασία, εκδ. Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη, 2012 Εισαγωγή στην πολιτική επικοινωνία, McNair Brian, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα, 2011 Πολιτική επικοινωνία, Δεμερτζής Νίκος,	4	5	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 312 E 25	135 25	93		X 38 E 16 EE 25

	εκδ. Παπαζήση, Αθήνα, 2002									
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα Μάθετε HTML 5, CSS και JavaScript Όλα σε Ένα, Julie C. (2013) Meloni, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ	2	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 245 E 4	145 4	11		X 114 E 3 EE 3
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Θ	Μάθετε HTML 5, CSS και JavaScript Όλα σε Ένα, Julie C. (2013) Meloni, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ, ΣΠΥΡΟΣ Δ. ΑΡΣΕΝΗΣ, (2007) ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 317 E 25	186 25	119		X 79 E 16 EE 83
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή	2	6	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 207 E 4	137 4	15		X 95 E 4 EE 9
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Θ	ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΚΑΡΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ, ΠΑΠΟΥΛΙΑΣ ΕΜΜ. - ΣΚΥΦΑΣ ΑΘ. & ΣΙΑ Ο.Ε. (2010) ΒΙΝΤΕΟ ΜΟΝΤΑΖ, ΚΑΡΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ (2010)	3	6	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 208 E 8	123 8	40		X 78 E 4 EE 18

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	<p>Δημόσιες Σχέσεις, Αρναούτογλου Ελευθερία Λ</p> <p>Δημόσιες σχέσεις - Μελέτες Περιπτώσεων, Hendrix Jerry</p> <p>ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ, ΜΑΝΤΩ Ι. ΞΥΓΓΗ Δημόσιες Σχέσεις, Αλβανός Ραυμόνδος</p>	5	7	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 265 E 9	183 9	87		X 33 E 4 EE 22
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	<p>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ, ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ ΓΙΑΝΝΗΣ, ΛΑΠΠΑΣ ΓΙΩΡΓΟΣ, ΜΑΜΑΛΗΣ ΣΠΥΡΟΣ, ΜΠΡΩΝΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, 2014</p> <p>Διαφήμιση, Ζώτος Γεώργιος Χ, 2008, University Studio Press A.E.</p> <p>Διαφήμιση και επικοινωνία, Στήβεν Κλάιν, Ουίλιαμ Λάις, Ζακλίν Μποτερίλ, Σατ Τζάλυ</p>	5	7	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 235 E 12	143 12	56		X 74 E 3 EE 20
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ	<p>Εταιρική Εικόνα, Παπατριανταφύλου Γεώργιος</p> <p>Εταιρική ταυτότητα και εταιρική εικόνα,</p>	2	3	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 2 E 291	2 113	74		X 0 E 25 EE 11

	Μήλιος Ανδρέας Χ. Λεπτομέρειες									
	Διοίκηση Μάρκας, J N KAPFERER,Ειρήνη η Ρηγοπούλου Λεπτομέρειες									
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Ε	Σημειώσεις Καθηγητών Adobe Flash CS6 Professional Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team (2013) , Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ	2	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 2 Ε 224	2 137	20		X 0 Ε 91 ΕΕ 15
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Θ	Adobe Flash CS6 Professional Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team Animation, Γιάννης Βασιλειάδης Λεπτομέρειες Adobe After Effects CS6 Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team Λεπτομέρειες	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	Ε 217	137	33		Ε 97 ΕΕ 24
ΘΕΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ε.Ε.	ΣΙΣΚΟΣ Π. ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ, ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Αυτοέκδοση: 1η 2012/2012 ISBN: 978-618- 80024-0-1, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 22769458 Ευρωπαϊκή Ένωση, Μούσης Νίκος	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 4 Ε 183	4 94	9		X 2 Ε 87 ΕΕ 8

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	Wilcox, D., Ault, P., and Agee, W. (2004), Δημόσιες Σχέσεις: Στρατηγικές και Τεχνικές (4η Έκδοση), Γ. Παρίκος & Σια ΕΕ, Αθήνα. Προγράμματα δημοσίων σχέσεων, Παπατριανταφύλου Γιώργος	4	5	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 30 E 162	30 87	36		X 16 E 44 EE 7
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή	2	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	E 199	134	6		E 122 EE 4
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Θ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ, Αθηνά Βακάλη, Ζαχαρούλα Παπαμήτσιου ΜΑΘΕΤΕ ΤΟ WORDPRESS 4.X, ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΠΙΚΑΣ Facebook, blogs και δικαιώματα, Μήτρου Λ., Πισκοπάνη Μ.Α., Τάσσης Σ., Καρύδα Μ., Κοκολάκης Σ. Λεπτομέρειες	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 6 E 242	6 135	53		X 3 E 101 EE 46
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΠΕΡΕΘΝΙΚΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ	1.0 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ, Χρήστος Φραγκονικολόπουλος 2.Οικονομικές και πολιτικές συγκρούσεις σε συγκριτική	5	7	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 4 E 253	4 141	57		X 4 E 62 EE 14

	<p>προοπτική, Berclaz Julie, Giugni Marco, Steinberg Marc W., Broadbent Jeffrey, Rucht Dieter, Aya Rod, Klaus Eder, Glenn John K., Tilly Chris Λεπτομέρειες</p> <p>Η διπλωματία της κοινωνίας των πολιτών, Χουλιάρας Αστέρης, Σκλιάς Παντελής</p>									
ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ Ι	<p>Βιβλίο [4785]: BUSINESS ENGLISH FOR ACADEMIC PURPOSES, ΚΑΝΤΑΡΙΔΟΥ ΖΩΗ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟ Υ ΙΡΙΣ, ΣΤΕΦΑΝΟΥ ΠΟΥΛΥΞΕΝΗ</p> <p>FIRST STEPS AT WORK, ΤΣΙΟΓΚΑ ΧΑΡΟΥΛΑ, ΧΑΤΖΗΣΤΕΡΓΙΑΔ ΟΥ ΑΝΘΗ, 2010 Μούργκος Ιωάννης</p> <p>ENGLISH FOR WORLD POLITICS AND INTERNATIONAL RELATIONS, DIAMANTIS V. GABRIEL</p>	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 202 E 119	19 119	10		X 14 E 119 EE 10
ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ, ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	<p>ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ Γ., ΜΠΡΩΝΗ Γ., ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΗ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ΜΜΕ</p>	3	4	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 230 E 13	160 13	37		X 110 E 9 EE 15

	ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ Ι., ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΜΜΕ, ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ Κική Γιάννα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας - Δίκαιο της πληροφόρησης									
ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή	2	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 267 E 9	173 9	12		X 132 E 9 EE 9
ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Θ	Έρευνα αγοράς, Σιώμκος Γεώργιος Ι.,Μαύρος Δημήτρης Α. 2008, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς, Σιώμκος Γεώργιος Ι.,Βασιλικοπούλο υ Αικατερίνη Ι.	3	5	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 242 E 24	122 24	26		X 86 E 16 EE 8
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ	Βιβλίο [12537644]: Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα, Επιμέλεια- Εισαγωγή- Μετάφραση: Στέλιος Παπαθανασόπου λος Βιβλίο [7657868]: Πολιτιστική επικοινωνία, Μπαντιμαρούδης	4	6	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 187 E 12	112 12	51		X 52 E 4 EE 21

	Φιλήμων Βιβλίο [4344]: EVENTMARKETING, SIGRUN ERBER ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ (EVENT MARKETING MANAGEMENT), ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ									
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ	Διαχείριση κρίσεων, Heath Robert 2004, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ Ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης κρίσεων και ανθρώπινος παράγοντας, Φιλολία Αργυρώ, Παπαγεωργίου Ηλίας Β., Στεφανάτος Στέλιος, 2005, ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΒΕ	5	7	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 207 E 12	126 12	53		X 64 E 10 EE 23
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Ε		2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ					
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΩΝ-Θ		2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ					
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή	2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 132 E 2	103 2	12		X 74 E 2 EE 12
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Θ	Adobe InDesign CS6 Βήμα προς Βήμα, Adobe	2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 154 E 9	83 9	22		X 75 E 9 EE 19

	<p>Creative Team 2013, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ</p> <p>INDESIGN CS4 ΜΕ ΕΙΚΟΝΕΣ - ΜΕΡΟΣ Ι: ΕΙΣΑΓΩΓΗ, SANDEE COHEN</p> <p>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ QUARKXPRESS 6 ΓΙΑ WINDOWS ΚΑΙ MACINTOSH ΜΕ ΕΙΚΟΝΕΣ, ELAINE WEINMANN, PETER LOUREKAS</p>									
ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-Ε	<p>Σημειώσεις καθηγητή</p> <p>Οδηγός του Autodesk 3ds Max 2011, Randi L. Derakhshani, Dariush Derakhshani, 2011, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ</p>	2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 89 E 1	47 1	1		X 40 E 1 EE 0
ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-Θ	<p>Οδηγός του Autodesk 3ds Max 2011, Randi L. Derakhshani, Dariush Derakhshani, 2011, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ</p> <p>Οδηγός του Maya 2009, Derakhshani Dariush</p>	2	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 124 E 9	45 9	15		X 15 E 4 EE 1
ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΙΙ	<p>English for Academic and Professional Purposes, Τόμπρου Χρυσούλα</p> <p>SUCCESS AT</p>	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 3 E 168	3 117	26		X 1 E 99 EE 19

	WORK, ΤΣΙΟΓΚΑ ΧΑΡΟΥΛΑ, ΧΑΤΖΗΣΤΕΡΓΙΑΔΟΥ ΑΝΘΗ [Integrating Technical & Academic Writing into your English Course, Ε.ΡΑΝΟΥΡΓΙΑ									
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή	3	8	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 1 E 138	1 105	1		X 1 E 101 EE 1
ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Θ	Βλαχοπούλου Μ., Δημητριάδης Σ., ηλεκτρονικό επιχειρείν & μάρκετινγκ: καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό περιβάλλον, Εκδ. Rosili Social Media Marketing, Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2014, Laudon K., Traver C. C.	5	8	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 17 E 154	17 116	39		X 9 E 78 EE 16
ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Ε	Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα	2	8	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 0 E 106	0 71	1		X 0 E 68 EE 1
ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Θ	Βιβλίο [12304]: Επικοινωνία ανθρώπου - υπολογιστή, 3η Έκδοση, Dix Alan J., Finlay Janet E., Abowd Gregory D., Beale Russell	5	8	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 19 E 134	19 91	34		X 16 E 53 EE 18

	<p>Σχεδίαση Διαδραστικότητας, 4η Έκδοση, Preece Jennifer, Rogers Yvonne, Sharp Helen</p> <p>ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΝΘΡΩΠΟΥ - ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ: ΑΡΧΕΣ, ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΟΥΤΣΑΜΠΑΣΗΣ</p> <p>Εισαγωγή στην αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή, ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΑΒΟΥΡΗΣ, ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΤΣΑΝΟΣ, ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΣΕΛΙΟΣ, ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΟΥΣΤΑΚΑΣ</p>								
<p>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</p>	<p>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΑ, Ιωάννης Σ. Κουμπούρος</p> <p>Συνεργατικό διαδίκτυο και κοινωνία, Συλλογικό (Επιστ.επιμ.: Αποστολάκης Ι.)</p> <p>Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ,</p>	3	6	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ				

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	ΕΘΝΟΣ ΕΘΝΙΚΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗ, ΔΟΜΝΑ ΜΙΧΑΗΛ Διαπολιτισμική Ευρώπη, Jagdish Gundara	3	6	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 11 E 201	11 69	45		X 6 E 15 EE 18
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΑ Μ.Μ.Ε.	Hendrix J (2008). Δημόσιες Σχέσεις. Μελέτες Περιπτώσεων. Έλλην, Αθήνα.● Από την τηλεόραση στα νέα Μέσα Επικοινωνίας και ελληνική κοινωνία, Δουλκέρη Τ.	3	6	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	E 143	70	22		E42 EE 18
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ	1. Βιβλίο [18548975]: Εισαγωγή στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση, Πομπόρτσης Ανδρέας, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε., 2006 2. Βιβλίο [18548694]: e - Οικονομία- Εμπόριο- Μάρκετινγκ- Διακυβέρνηση, Γεωργιάδου Ε., Τριανταφύλλο Ευ., Οικονομίδης Αν., ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε., 2010	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 2 E 114	2 31	18		X 2 E 22 EE 8
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ		3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ					
ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΗ	Βιβλίο [21749]: Η τέχνη στην εποχή των μέσων	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 8 E 191	8 110	30		X 2 E 61 EE 16

	<p>μαζικής επικοινωνίας, Walker John, Επιμ. Μπαλτζής Αλέξανδρος, Μτφ. Παπαβασιλείου Χαϊδώ, Φυλακτάκη Πένυ</p> <p>ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ., RUDOLF ARNHEIM</p> <p>ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΙΣ ΤΕΧΝΕΣ, Γιάννης Δεληγιάννης</p>									
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Διαφήμιση και Προώθηση, Belch G. - Belch M., 2010, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις - Μελέτες Περιπτώσεων, Hendrix Jerry, 2008, Γ. ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ</p> <p>Ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνία, Σταμάτης Γιώργος</p>	4	5	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 216 E 19	128 19	41		X 71 E 5 EE 15
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	<p>Βιβλίο [41963632]: Δημόσια Διπλωματία και Στρατηγική Επικοινωνία, Ραγιές Ιωάννης, εκδ. Σταμούλη, 2014.</p>	5	7	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 247 E 32	147 32	48		X 76 E 28 EE 30

	<p>Βιβλίο [30129]: Ήπια ισχύς, Nye Joseph S. εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 2005.</p> <p>Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα, Επιμέλεια- Εισαγωγή- Μετάφραση: Στέλιος Παπαθανασόπου λο, εκδ. Καστανιώτη, Αθήνα 2011.</p>									
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Ε	Σημειώσεις καθηγητών	2	7	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 189 E 7	152 7	3		X 143 E 5 EE 1
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Θ	<p>Πολυμέσα Αναλυτικός Οδηγός, 8η Έκδοση, Tay Vaughan</p> <p>Συστήματα Πολυμέσων: Αλγόριθμοι, και Πρότυπα P., Εφαρμογές, Havaldar Medioni G.</p>	4	7	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ	X 271 E 83	147 83	70		X 38 E 51 EE 11
ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Ε		4	7	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 120	95	6		X 92 EE 6
ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Θ	<p>Μεθοδολογία έρευνας εκπόνησης διπλωματικών εργασιών, Κυριαζόπουλος Π., Σαμαντά Ειρ.</p> <p>[Πώς γίνεται μια</p>	2	7	ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 124	96	4		X 93 EE 4

	<p>επιστημονική εργασία;, Ζαφειρόπουλος Κώστας Μέθοδοι Εμπειρικής Κοινωνικής Έρευνας, Rainer Schnell, Paul Hill, Elke Esser</p> <p>Μέθοδοι Εμπειρικής Κοινωνικής Έρευνας, Rainer Schnell, Paul Hill, Elke Esser</p>									
M.M.E. ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	<p>Φραγκονικολόπουλος Χ (2005).ΜΜΕ, Κοινωνία και Πολιτική, (συλλογ.), Αθήνα: Σιδέρη</p> <p>Ταυτότητα και ΜΜΕ στην σύγχρονη Ελλάδα, Γεωργίου Μύρια,Κοντοχρήστου Μαρία,Λαδής Στέλλα,Πάνος Διονύσης,Παρασκευοπούλου Άννα,Σκουλαρίκη Αθηνά,Τερζής Γιώργος,Τριανταφυλλίδου Άννα</p>	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 184 E 7	96 7	17		X 66 E 7 EE 12
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	<p>Οι προηγμένες τεχνολογίες διαδικτύου στην υπηρεσία της μάθησης, Ρετάλης Συμεών,Αβούρης Νικόλαος,Αναστασιάδης Παναγιώτης,κ.ά.</p>	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ					

	Εισαγωγή στις εκπαιδευτικές εφαρμογές των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών, Βασίλης Ι. Κόμης Εκπαιδευτική τεχνολογία για διδασκαλία και μάθηση, Newby Timothy J., Stepich Donald A., Lehman James D., Russel James D. Λεπτομέρειες									
ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	Βιβλίο [30029]: Η διπλωματία στο νέο ψηφιακό περιβάλλον, Βαρβαρούσης Πάρις, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 2006 Βιβλίο [21345]: Μορφές και μέσα πολιτικής επικοινωνίας, Καΐτατζή-Γουιτλοκ Σοφία, University Studio Press, Θεσσαλονίκη 2010.	3	4	ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΚΟΡΜΟΥ	X 76 E 2	13 2	1		X 13 E 2 EE 1

* Υπάρχουν επαρκή εκπαιδευτικά μέσα, όπως χώροι διδασκαλίας, υπολογιστές, εκπαιδευτικά λογισμικά; Αν η απάντηση είναι αρνητική, δώστε σύντομη αναφορά των ελλείψεων

Πίνακας 11-2.1. Εγγεγραμμένοι φοιτητές του Τμήματος

	2016-2017
Προπτυχιακοί	2534
Μεταπτυχιακοί Μ.Α. *	

*Στο Τμήμα λειτουργεί σε σύμπραξη με το Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών με τίτλο «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες» την διοικητική υποστήριξη του οποίου έχει το Τμήμα Διεθνές Εμπορίου.

Πίνακας ο-2. Αριθμός εισακτέων στο Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

	2016-2017
Εισαγωγικές εξετάσεις	176
Μετεγγραφές	9
Πτυχιούχοι ΑΕΙ	4
Άλλες κατηγορίες	3
Σύνολο	192

– Στη γραμμή «Μετεγγραφές» αναγράφεται ο καθαρός αριθμός μετεγγραφόμενων φοιτητών (εισροές-εκροές προς και από το Τμήμα)

Πίνακας ο-3. Εξέλιξη του αριθμού των αποφοίτων του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών και διάρκεια σπουδών

Έτος εισαγωγής			Σύνολο
	Πτυχιούχοι	Δεν έχουν αποφοιτήσει ακόμα	
2013-2014	1	133	166

Πίνακας Σ1

Έτος Ορκωμοσίας	Έτος Εισαγωγής					Παλαιότερα Έτη (<=2007-2008)
	2012-2013	2011-2012	2010-2011	2009-2010	2008-2009	
2016-2017	3	29	38	45	32	27

Πίνακας Σ2

Έτος εισαγωγής			Συνολικό Ποσοστό Πτυχιούχων στο Έτος Εισαγωγής τους
	Κατέστησαν Πτυχιούχοι το 2016-2017	Δεν έχουν αποφοιτήσει ακόμα (αφαιρούνται από τους εγγεγραμμένους όλοι οι διαγραφέντες και πτυχιούχοι)	
Πριν το 2005	2	583	
2005-2006	4	129	
2006-2007	1	35	
2007-2008	20	144	

2008-2009	32	183	
2009-2010	45	190	
2010-2011	38	237	
2011-2012	29	227	
2012-2013	3	169	
2013-2014	1	133	
Σύνολα	174	2055	

Πίνακας 0-4. Κατανομή βαθμολογίας και μέσος βαθμός πτυχίου των αποφοίτων του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Έτος Αποφοίτησης	Κατανομή Βαθμών (%)				Μέσος όρος Βαθμολογίας (Σύνολο απόφοιτων)
	5.0-5.9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2016-2017	9	142	23	0	174
Σύνολο					

Πίνακας 0-5.1. Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών^{1]}

Τίτλος ΜΠΣ: «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες»						
Μάθημα	Ιστότοπος	Σελίδα Οδηγού Σπουδών	Διδάσκοντες (Συεργάτες)	Υποχρεωτικό / Κατ'επιλογήν	Αξιολόγηση από φοιτητή (Ναι / Όχι)	Διαλέξεις
Research Methods in Public Relations and Marketing	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/1/1-Research_methods_en.pdf	Μονοβασίλης Θ. Καλογηράτου Ζ.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Public Relations Strategies	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/1/1-Public_Relations_Strategies.pdf	Πανόπουλος Α. Σερδάρης Π.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Business Economics	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/1/1-BUSINESS_ECON_en.pdf	Τσουνής Ν.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Marketing Management	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/1/1-Marketing_management.pdf	Βλάχβη Α.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Digital Economy and E-Commerce	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-DIGITAL_ECON_en.pdf	Τσουνής Ν. Στειακάκης Ε.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Models of Consumer Behavior	http://kastori a teiko.gr /prmarketing master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-consumer_behaviour_en.pdf	Καλογηράτου Ζ. Μονοβασίλης Θ.	Υποχρεωτικό	Ναι	13

^{1]} Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ. Για τη στήλη «Αξιολόγηση από φοιτητή» ακολουθείτε τις οδηγίες του Πίνακα 7.1.1.

Public Relations and Marketing on the Web	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Public_Relations_and_Marketing_on_the_Web.pdf	Λάππας Γ.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Media Relations in a Digital Age	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Media_Relations_in_the_Digital_Age.pdf	Πανόπουλος Α.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Information- and Tecnology- based Marketing	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Information_and_Tecnology-based_Marketing_en.pdf	Σινάπκας Ι. Κλεφτοδήμος Α. Δόσης Μ. Παναγιωτόπουλος Δ.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Entry Strategies for International Markets	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	-	Σίσκος Ε. Πιτόσκα Η.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Interactive Business Applications Design	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Interactive_Business_Applications_Design.pdf	Λάππας Γ.	Υποχρεωτικό	Ναι	13
Management of Integrated Communications	http://kastoria.teikoz.gr/prmarketing/master	http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Management_of_Integrated_Communications__1_.pdf	Πανηγυράκης Γ. Αντωνιάδης Ι.	Υποχρεωτικό	Ναι	13

Πίνακας 0-5.2 Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών^[2]

Τίτλος ΜΠΣ: «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες»								
Μάθημα	Πολλαπλή Βιβλιογραφία	Σύνολο Ωρών	Διδακτικές Μονάδες	Υπόβαθρου(Υ) Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ) Γενικών Γνώσεων(ΓΓ) Ανάπτυξης Δεξιοτήτων(ΑΔ)	Κορμού(Κο) Ειδίκευσης(Ε) Κατεύθυνσης(Κα)	Εγγεγραμμένοι Φοιτητές*	Αριθμός Φοιτητών που συμμετείχαν στις εξετάσεις*	Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση*
Research Methods in Public Relations and Marketing	Σημειώσεις καθηγητή- Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Public Relations Strategies	Σημειώσεις καθηγητή- Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Business Economics	Σημειώσεις καθηγητή- Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Marketing Management	Σημειώσεις καθηγητή-	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			

² Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ.

	Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων							
Digital Economy and E-Commerce	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Models of Consumer Behavior	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Public Relations and Marketing on the Web	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Media Relations in a Digital Age	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Information- and Tecnology- based Marketing	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			

	άρθρα και μελέτες περιπτώσεων							
Entry Strategies for International Markets	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Interactive Business Applications Design	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			
Management of Integrated Communications	Σημειώσεις καθηγητή-Επιλεγμένα επιστημονικά άρθρα και μελέτες περιπτώσεων	3	7,5	Επιστημονικής Περιοχής(ΕΠ)	Κορμού(Κο)			

*Στο Τμήμα λειτουργεί σε σύμπραξη με το Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών με τίτλο «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες» την διοικητική υποστήριξη του οποίου έχει το Τμήμα Διεθνές Εμπορίου.

Πίνακας 0-5. Εξέλιξη του αριθμού αιτήσεων, προσφορών θέσεων από το Τμήμα, εισακτέων (εγγραφών) και αποφοίτων στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ) [3]

Τίτλος ΜΠΣ: «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες»*	
	2016-2017
Αιτήσεις (α+β)	
(α) Πτυχιούχοι του Τμήματος	
(β) Πτυχιούχοι άλλων Τμημάτων	
Προσφορές	
Εγγραφές	
Απόφοιτοι	

*Στο Τμήμα λειτουργεί σε σύμπραξη με το Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών με τίτλο «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ» την διοικητική υποστήριξη του οποίου έχει το Τμήμα Διεθνές Εμπορίου.

³ Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ.

Πίνακας ο-6. Κατανομή βαθμολογίας και μέσος βαθμός πτυχίου των αποφοίτων του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών [4]

Τίτλος ΜΠΣ:		«Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες»*			
Έτος Αποφοίτησης	Κατανομή Βαθμών (%)				Μέσος όρος Βαθμολογίας (Σύνολο απόφοιτων)
	5.0-5.9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2016-2017					
Σύνολο					

*Στο Τμήμα λειτουργεί σε σύμπραξη με το Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών με τίτλο «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες» την διοικητική υποστήριξη του οποίου έχει το Τμήμα Διεθνές Εμπορίου.

⁴ Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ.

Πίνακας 0-7. Συμμετοχή σε Διαπανεπιστημιακά Προγράμματα Σπουδών (συμπεριλαμβανομένου του προγράμματος ERASMUS)

	2016-2017
Φοιτητές του Τμήματος που φοίτησαν σε ξένο πανεπιστήμιο	3
Επισκέπτες φοιτητές ξένων πανεπιστημίων στο Τμήμα	0
Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος που μετακινήθηκαν σε άλλο Πανεπιστήμιο	0
Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού άλλων Πανεπιστημίων που μετακινήθηκαν στο Τμήμα	1
Σύνολο	4

Πίνακας 0-8. Εξέλιξη του προσωπικού του Τμήματος

		2016-2017
Καθηγητές	Σύνολο	1
	Από εξέλιξη*	
	Νέες προσλήψεις*	
	Συνταξιοδοτήσεις*	
	Παραιτήσεις*	
Αναπληρωτές Καθηγητές	Σύνολο	
	Από εξέλιξη*	
	Νέες προσλήψεις*	
	Συνταξιοδοτήσεις*	
	Παραιτήσεις*	
Επίκουροι Καθηγητές	Σύνολο	3
	Από εξέλιξη*	
	Νέες προσλήψεις*	3***
	Συνταξιοδοτήσεις*	
	Παραιτήσεις*	
*** εκλεγμένα νέα μέλη ΔΕΠ αναμένεται ο διορισμός τους		
Λέκτορες	Σύνολο	1
	Νέες προσλήψεις*	
	Συνταξιοδοτήσεις*	
	Παραιτήσεις*	
ΕΤΕΠ	Σύνολο	1
Διδάσκοντες επί συμβάσει**	Σύνολο	33
Τεχνικό προσωπικό εργαστηρίων	Σύνολο	
Διοικητικό προσωπικό	Σύνολο	2

* Αναφέρεται στο τελευταίο έτος

** Αναφέρεται σε αριθμός συμβάσεων – όχι διδασκόντων (π.χ. αν ένας διδάσκων έχει δύο συμβάσεις, χειμερινή και εαρινή, τότε μετρώνται δύο συμβάσεις)

Πίνακας 0-9. Επιστημονικές δημοσιεύσεις

Ημερολογιακά έτη	A	B	Γ	Δ	E	Z	H	Θ	I
2016		8 (17)		3 (5)					3
2017		4 (6)		4 (10)		2 (4)			3
Σύνολο		12 (23)		7 (15)		2 (4)			6

Επεξηγήσεις:

A: Βιβλία/μονογραφίες (Ομοίως Μελών ΕΠ)

B: Εργασίες Τμήματος σε επιστημονικά περιοδικά με κριτές (Εργασίες Μελών ΕΠ σε επιστημονικά περιοδικά με κριτές)

Γ: Εργασίες σε επιστημονικά περιοδικά χωρίς κριτές

Δ: Εργασίες Τμήματος σε πρακτικά συνεδρίων με κριτές (Εργασίες Μελών ΕΠ σε πρακτικά συνεδρίων με κριτές)

E: Εργασίες σε πρακτικά συνεδρίων χωρίς κριτές (Ομοίως Μελών ΕΠ)

Z: Κεφάλαια Τμήματος σε συλλογικούς τόμους (Κεφάλαια σε συλλογικούς τόμους ΕΠ)

H: Άλλες εργασίες

Θ: Ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια (με κριτές) που εκδίδουν πρακτικά

I: Ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια (με κριτές) που δεν εκδίδουν πρακτικά

Ετήσιος Δείκτης Δημοσιευμένου Έργου Μελών ΕΠ (προσμετρά δημοσιεύσεις κάθε μέλους ΕΠ) = $(A+B+\Delta+Z)/\text{Έτη}/\text{Μέλη}$
 $\text{ΕΠ} = ((23+15+4)=42)/2/5 =$ Αντιστοιχεί σε δείκτη **4,2 Δημοσιεύσεις το έτος ανά Μέλος ΕΠ**

Ετήσιος Δείκτης Δημοσιευμένου Έργου του Τμήματος (οι κοινές δημοσιεύσεις προσμετρούνται άπαξ) = $(A+B+\Delta+Z)/\text{Έτη} = (12+7+2)/2 = 21/2 =$
 Αντιστοιχεί σε: **10,5 Δημοσιεύσεις ανά έτος ήτοι συνεισφορά από 10.5/5=2,1 Δημοσιεύσεις ανά Μέλος ΕΠ το έτος**

Πίνακας 0-10. Αναγνώριση του ερευνητικού έργου

Ημερολογιακά έτη	A	B	Γ	Δ	Ε	Z	H
2016	75			10	2		
2017	79			9	2		
Σύνολο	154			19	4		

Επεξηγήσεις:

- A: Ετεροαναφορές
- B: Αναφορές του ειδικού/επιστημονικού τύπου
- Γ: Βιβλιοκρισίες
- Δ: Συμμετοχές σε επιτροπές επιστημονικών συνεδρίων
- Ε: Συμμετοχές σε συντακτικές επιτροπές επιστημονικών περιοδικών
- Z: Προσκλήσεις για διαλέξεις
- H: Διπλώματα ευρεσιτεχνίας

Πίνακας Σ-3. Υποδομές Εκπαίδευσης (ακαδημαϊκό έτος 2016-2017)

Αριθμός Εργαστηρίων στο Τμήμα	4
Αριθμός Υπολογιστών στα Εργαστήρια	80

Λειτουργία Εργαστηρίου Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας (ΦΕΚ 459/2017)

Σχόλια – Επισημάνσεις

Αναφέρατε μεταξύ άλλων εάν υπάρχουν μαθήματα που διδάσκονται στα Αγγλικά

Το Τμήμα εκλέχτηκαν κατά το ακαδημαϊκό έτος 2016-2017 τρία (3) νέα μέλη ΔΕΠ και αναμένεται η ανάληψη καθηκόντων τους στο επόμενο ακαδημαϊκό έτος. Πέρα του προσωπικού του Τμήματος, στην διδασκαλία του Προγράμματος Σπουδών συνεισφέρουν 5 μέλη ΔΕΠ από άλλα Τμήματα. Εξακολουθεί να υπάρχει ανάγκη για επιπλέον στελέχωση του Τμήματος με μέλη ΔΕΠ καθώς και με μέλη ΕΔΙΠ/ΕΤΕΠ.

Στο Τμήμα ιδρύθηκε και λειτουργεί το Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας (ΦΕΚ 459/2017)

Προβλέπεται η λειτουργία μαθημάτων στην Αγγλική καθώς στο Τμήμα υπάρχουν εισερχόμενοι Erasmus φοιτητές οι οποίοι δύναται να παρακολουθούν από κοινού τα μαθήματα τους με τους φοιτητές του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών. Η εισροή φοιτητών Erasmus προς το Τμήμα καταδεικνύει την έλλειψη εστίας για την στέγαση των εισερχόμενων φοιτητών, πρόβλημα το οποίο σε συνεργασία με την διοίκηση του ιδρύματος γίνεται προσπάθεια να επιλυθεί με εναλλακτικές προσωρινές λύσεις.

Παράρτημα

Κατάλογος των επιστημονικών δημοσιεύσεων των μελών του Τμήματος για το ακαδημαϊκό έτος 2016-2017

Επιστημονικά Περιοδικά με Κριτές
(Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 23
Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 12)

1. **G. Lappas, A. Triantafillidou, P. Yannas, & A. Kleftodimos** (2017). An Evaluation Scheme for Local e-Government and Local e-Democracy: The Case of Greek Municipalities, *International Journal of Electronic Governance*, Vol. 9, No 3/4, pp 300-342, <http://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=88223>
2. **Triantafillidou, A., Siomkos, G., & Papafilippaki, E.** (2017). The effects of retail store characteristics on in-store leisure shopping experience. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(10), 1034-1060.
3. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2017) «Πολιτικός λόγος και οικονομική κρίση. ‘Κομβικά σημεία’ και ‘κενά σημαίνοντα’, *ΦΙΛΟΣΟΦΕΙΝ. Πολιτικά, Ανθρωπολογικά*, ειδικό τεύχος στην Θεματική: “Λόγος, Επικοινωνία, Εξουσία”, Τεύχος 7, σελ.50-61, εκδ. Μπαρμπουνάκης, Θεσσαλονίκη.
4. Jürgen Maier, Thorsten Faas, Berthold Rittberger, Jessica Fortin-Rittberger, Kalliope Agapiou, Josifides, Susan Banducci, Paolo Bellucci, Magnus Blomgren, Inta Brikse, Karol Chwedczuk-Szulc, Marina Costa Lobo, Mikołaj Cześniak, **Anastasia Deligiaouri**, Tomaž, Deželan, Wouter de Nooy, Aldo Di Virgilio, Florin Fesnic, Danica Fink-Hafner, Marijana Grbeša, Carmen Greab, Andrija Henjak, David Nicolas Hopmann, David Johann, Gábor Jelenfi, Jurate Kavaliauskaite, Zoltan Kmetty, Sylvia Kritzinger, Pedro C. Magalhães, Vincent Meyer, Katia Mihailova, Mihail Mirchev, Ville Pitkänen, Aine Ramonaite, Theresa Reidy, Marek Rybar, Carmen Sammut, José Santana-Pereira, Guna Spurava, Lia-Paschalla Spyridou, Adriana Stefanel, Václav Štětka, Aleksander Surdej, Róbert Tardos, Dimitris Trimithiotis, Christiano Vezzoni, Aneta Világi & Gergo Zavec (2017): “This time it’s different? Effects of the Eurovision Debate on young citizens’ and its consequence for EU democracy – evidence from a quasi-experiment in 24 countries”, *Journal of European Public Policy*, DOI: 10.1080/13501763.2016.1268643.
5. **G. Lappas, G., P. Yannas, A. Triantafillidou, & A. Kleftodimos** (2016). Do Greek Municipal Websites Meet Citizens’ Perceptions on Issue Importance?, *Jurnal Teknologi*, Vol. 78, No 12-3, E-ISSN 2180-3722, pp 39-49 <http://www.jurnalteknologi.utm.my/index.php/jurnalteknologi/article/view/10021>
6. **A. Deligiaouri, A. Triantafillidou, P. Yannas, G. Lappas, R. Alvanos, T. Papadopoulou, A. Kleftodimos** (2016), Because Political Knowledge Matters: The Impact of Deliberation on Young Citizens’ Opinions, *Medijske Studije (Media Studies) Journal*, Vol. 7 (2016):14, pp. 86-102, ISSN 1847-9758, <http://hrcak.srce.hr/file/252588>, <http://hrcak.srce.hr/171178>
7. **Georgios Lappas, Prodromos Yannas, Amalia Triantafillidou, Alexandros Kleftodimos, Olga Vasileiadou** (2016) Modeling a citizen-centric evaluation framework for local e-government and e-democracy, *International journal of Education and Information Technologies*, Volume 10, 2016, pp. 120-130, ISSN: 2074-1316. <http://www.naun.org/main/NAUN/educationinformation/2016/a322008-171.pdf>

8. **G. Lappas, A. Triantafillidou, P. Yannas, A. Kavada, A. Kleftodimos, O. Vasileiadou** (2016). Social Media Battles: their Impact during the 2014 Greek Municipal Elections, *Journal of Universal Computer Science*, vol. 22, no. 3 (2016), pp. 375-39, http://www.jucs.org/jucs_22_3/social_media_battles_their/jucs_22_03_0375_0393_lappas.pdf
9. **Triantafillidou, A., & Petala, Z.** (2016). The role of sea-based adventure experiences in tourists' satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33 (sup1), 67-87.
10. **Tsichla, E., & Zotos, Y.** (2016). Gender Portrayals Revisited: Searching for Explicit and Implicit Stereotypes in Cypriot Magazine Advertisements". *International Journal of Advertising* (2,451 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2015, 2*ABS-2009, 2*ABS-2010, 2*ABS-2015, και στοSCImago του 2014 έχει κατάταξη Q2 στην κατηγορία Marketing και Q2 στην κατηγορία Communication), 35(6), pp. 983-1007
11. **Tsichla, E., Hatzithomas, L. & Boutsouki, C.** (2016). Gender Differences in the interpretation of web atmospherics: A Selectivity Hypothesis Approach. *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 563-586 (2*ABS-2009, 2*ABS-2010, 1*ABS-2015 και στοSCImago του 2015 έχει κατάταξη Q2 στην κατηγορία Marketing και Q1 στην κατηγορία Business and International Management).
12. **Kleftodimos A., Evangelidis G.**,(2016), Using open source technologies and open Internet resources for building an interactive video based learning environment that supports learning analytics, Thematic series on Smart Environments and Analytics on Video-Based Learning, *Journal of Smart Learning Environments*, Springer Open, DOI: 10.1186/s40561-016-0032-4 <https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-016-0032-4>

Πρακτικά συνεδρίων με κριτές

(Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 15

Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 7)

1. **G. Lappas, A. Triantafillidou, A. Deligiaouri and A. Kleftodimos** (2017) Facebook Communication Strategies and Their Effectiveness: A Case Study of Greek Local Municipal Governments, in *Proceedings of The 4th Multidisciplinary International Social Networks Conference (MISNC 2017)*, July 17-19, 2017, Bangkok, Thailand, ACM publication, Article No. 22, doi:[10.1145/3092090.3092114](https://doi.org/10.1145/3092090.3092114), <https://dl.acm.org/citation.cfm?doi=3092090.3092114>
2. **Triantafillidou, A, G. Lappas, P. Yannas and A. Kleftodimos** (2017) Communication Strategies in Greek Political Twitter-sphere: A Balancing Effect, in *Proceedings of the International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi)*, 21-23 June, Thessaloniki, Greece, pp. 444-454.
3. **Triantafillidou A., P. Yannas and G. Lappas** (2017) The destination image of greece: its' impact on tourists' behavioral intention, in *Proceedings of 9th International Conference The Economies of the Balkan and the Eastern European Countries in the changing world (EBEEC 2017)*, Piraeus-Athens, Greece, April 28-30, Springer Proceedings in Business and Economic.
4. **Pouliopoulos, L., Pouliopoulos, T., & Triantafillidou, A.** (2017). The Effects of Country-of-Origin on Consumers' CSR Perceptions, Behavioral Intentions, and Loyalty. In *Advances in Applied Economic Research* (pp. 303-316). Springer, Cham.
5. **Triantafillidou A., G. Lappas, P. Yannas, A. Kleftodimos** (2016). Drivers of Candidates' Social Media Popularity in the 2014 European Parliamentary Elections in

Greece, in *Proceedings of the The South-East Europe Design Automation, Computer Engineering, Computer Networks, and Social Media Conference (SEEDA-CECNSM 2016)*, Kastoria 25-27 September.

6. **Tsichla, E.**, Hatzithomas, L., Boutsouki, C., and Zotos, K. (2016). In good times and bad times... A longitudinal analysis of Greek election campaigns". *45th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 24-27 May, Oslo, Norway
7. **Kleftodimos A.**, Evangelidis G.,(2016) An interactive video-based learning environment that supports learning analytics for teaching 'Image Editing', International Workshop on Smart Environments and Analytics in Video-Based Learning (SE@VBL), organized in conjunction with the 6th Conference on Learning Analytics & Knowledge 2016 <http://ceur-ws.org/Vol-1579/paper5.pdf>

Κεφάλαια σε συλλογικούς τόμους

(Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 4

Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 2)

1. P. Yannas, C. Bibitsos, **G. Lappas** (2016). Η Από-Υπολογιστή δημοσιοποίηση των απολογισμών Δήμων και Περιφερειών: Ανάλυση περιεχομένου και προτάσεις ενδυνάμωσης της ηλεκτρονικής δημοκρατίας, 5ο Συνέδριο Διοικητικών Επιστημόνων, Αναδιοργάνωση της Διοίκησης και του Κράτους, Έκδοση Εθνικό Τυπογραφείο
2. **A.Triantafyllidou, G. Lappas**, P. Yannas, **A. Kleftodimos** (2016). "Greek Local E-Government 2.0: Drivers and Outcomes of Social Media Adoption, in Sobaci (ed), "Social Media and Local Governments: Theory and Practice", Volume 15 of the Series Public Administration and Information Technology, Springer, pp. 153-170. http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-17722-9_9

Ανακοινώσεις σε επιστημονικά συνέδρια (με κριτές) που δεν εκδίδουν πρακτικά

1. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2017) "Η ανάδυση της μετα-αλήθειας στο επικοινωνιακό και πολιτικό γίγνεσθαι και οι συνέπειές της για τον σύγχρονο πολιτικό λόγο", Συμπόσιο του Δικτύου Ανάλυσης Πολιτικού Λόγου της Ελληνικής Εταιρείας Πολιτικής Επιστήμης (ΕΕΠΕ), ΕΚΠΑ Αθήνα, 15-16 Δεκ. 2017.
2. **Deligiaouri, Anastasia** (2017) "Discursive Construction of Truth, Ideology and Post Truth narrations in contemporary politics" paper presented at the Workshop on "Politics in a post-truth era", 10th - 11th July 2017, Centre for Politics and Media Research, Bournemouth University, UK. (in English).
3. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2017) "Η ρηματική συγκρότηση της αλήθειας και η εποχή της μετα-αλήθειας στην πολιτική", 8ο Πανελλήνιο Συνέδριο Φιλοσοφίας με τίτλο «Αλήθεια και Πολιτική», 6-8 Μαρτίου 2017, Κ.Ε.Δ.Ε.Α, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
4. **Deligiaouri, Anastasia** (2016) "Discursive analysis of media economic crisis discourse. A case study on articles of the "Economist" referring to Greece (2009-2011). Paper presented at the Political Studies Association (PSA) annual conference, Media and Politics Group, London, 12-13 December 2016, LSE, UK (in English).

5. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2016) “Το δημοκρατικό έλλειμμα στην Ευρώπη και τρόποι αντιμετώπισής του για μια πραγματικά ενωμένη Ευρώπη”, εισήγηση που παρουσιάσθηκε στην ημερίδα: “*EuropeQuoVadis? Η Ευρώπη στο σταυροδρόμι κρίσιμων αποφάσεων*” που διοργανώθηκε στην μνήμη του καθηγητή Ζήση Παπαδημητρίου, υπό την αιγίδα του Δήμου Θεσσαλονίκης, Δημαρχείο Θεσσαλονίκης, Αίθουσα Συνεδριάσεων Δημοτικού Συμβουλίου, 30 Σεπτεμβρίου 2016 (μέλος της Οργανωτικής Επιτροπής της ημερίδας)
6. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2016) «Το υπερβατικό και το ισχύον στην πολιτική και στην τέχνη», εισήγηση στο 7ο Πανελλήνιο Συνέδριο Φιλοσοφίας με τίτλο «Τέχνη και Πολιτική: Αφιέρωμα στον Αριστοτέλη», 7-9 Μαρτίου 2016, Κ.Ε.Δ.Ε.Α, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, διοργάνωση, Εργαστήριο Φιλοσοφικής Έρευνας πάνω στο Φαντασιακό και Περιοδικό Φιλοσοφείν, ΑΠΘ.

ΓΝΩΣΤΕΣ ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΕΠ

2017 (78 Γνωστές Ετεροαναφορές)

1. Fania Valeria Michelucci, Alberto De Marco (2017) "Smart communities inside local governments: a pie in the sky?", *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 30 Iss: 1, pp.2 - 14
<http://www.emeraldinsight.com/doi/ref/10.1108/IJPSM-03-2016-0059>
2. Enas Abdulhay,, Elamaran V. , Chandrasekar M. , Balaji V.S. , Narasimhan K. (2017) Automated diagnosis of epilepsy from EEG signals using ensemble learning approach, *Pattern Recognition Letters*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.patrec.2017.05.021>
3. Acosta-Vargas, P., Luján-Mora, S., Salvador-Ullauri, L. (2017) Quality evaluation of government websites, 4th International Conference on eDemocracy and eGovernment, ICEDEG 2017, 19-21 April, Quito, Ecuador, art. no. 7962507, pp. 8-14.
<http://ieeexplore.ieee.org/document/7962507/references?ctx=references>
4. Ballesteros Carlos (2017). Movilización en las campañas electorales a través de las redes sociales. Las elecciones generales españolas de 2015, Paper presented at the IAMCR 2017 Conference in Cartagena, Colombia, July 16-20, 2017
5. Larrondo, A.(2017) Regional parties' web strategies in the age of virtual dialogue and closeness, *Electronic Government*, 13 (3), pp. 183-202.
6. Lingraj Dora, Sanjay Agrawal, Rutuparna Panda, Ajith Abraham (2017), Optimal breast cancer classification using Gauss–Newton representation based algorithm, *Expert Systems with Applications*, Volume 85, 2017, Pages 134-145, ISSN 0957-4174,
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2017.05.035>.
(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417417303597>)
7. Deng Clemen, Perkowski Marek (2017) A General Data Mining Methodology Based on a Weighted Hierarchical Adaptive Voting Ensemble (HAVE) Machine Learning Method, *Journal of Multiple-Valued Logic and Soft Computing*, 28(4/5) pp. 409-427
8. Salvador, A. B., Ikeda, A. A., &Crescitelli, E. (2017). Crisis management and its impact on brand image. *Gestão&Produção*, 24(1), 15-24.
9. Almestarihi, R. D., Rundle-Thiele, S., Wright, O., &Migdadi, M. (2017). An empirical investigation of brand resilience through disclosure of negative information: a consumer preference perspective. *InternationalJournalofBusinessExcellence*, 13(3), 299-317.
10. 卢强, 冯蛟, &李辉. (2017). 多品牌产品危机中企业应对策略对消费者购买意愿的影响研究——消费者负面情绪的中介作用. *北京交通大学学报(社会科学版)*, 16(03), 63.
11. 韩冰,&王良燕. (2017). 品牌负面事件的溢出效应及影响因素述评. *心理科学*, 40(1), 193-199.
12. Nyikana, S. (2017). Religious Tourism in South Africa: Preliminary analysis of a major festival in Limpopo. *AfricanJournalofHospitality, TourismandLeisure*, 6(1), 1-8.
13. Subhash, K. B., Kamat, K., Scaglione, M., D'Mello, C., &Weiermair, K. (2017). Exposition of St. Francis Xavier's Holy Relics in Goa: An importance-performance analysis.
14. Huang, K., Pearce, P., & Wen, J. (2017). Tourists' Attitudes Toward Religious Commercialization. *TourismCulture&Communication*, 17(4), 259-270.
15. Naranjo, L. M. P. (2017). El turismoreligioso en distintaszonasgeográficas de España: características de los turistas. *BoletíndelaAsociacióndeGeógrafosEspañoles*, (75), 29-54.

16. Pillai, B., Kizhakanveetil, S., Kamat, K., Scaglione, M., D'Mello, C., & Weiermair, K. (2017). Exposition of St. Francis Xavier's Holy Relics in Goa: An Importance-Performance Analysis. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(1), 7.
17. Magno, F., Cassia, F., & Ugolini, M. (2017). Impact of voluntary product recalls on utilitarian and hedonic attitudes: Is it the same for all brands?. *Australian Journal of Management*, 42(1), 161-174.
18. Jonsson, H., & Davidsson, J. (2017). "A company is never better than its latest mistake": A consumer perspective on crisis communication.
19. Arli, D., & Leo, C. (2017). Why do good people do bad things? The effect of ethical ideology, guilt proneness, and self-control on consumer ethics. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1055-1078.
20. Chung, S., & Park, J. (2017). Exploring consumer evaluations in social media: The role of psychological distance between company and consumer. *Computers in Human Behavior*, 76, 312-320.
21. Manthiou, A., Kang, J., & Hyun, S. S. (2017). An integration of cognitive appraisal theory and script theory in the luxury cruise sector: the bridging role of recollection and storytelling. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1071-1088.
22. Verma, A., & Rajendran, G. (2017). The effect of historical nostalgia on tourists' destination loyalty intention: an empirical study of the world cultural heritage site—Mahabalipuram, India. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(9), 977-990.
23. Yuen, L., & Robyn, M. (2017). *Ambient advertising: An examination of ad features influencing consumer engagement* (Doctoral dissertation, University of Warwick).
24. Yadav, J. K., & Krishnan, O. (2017). Memorable Tourism Experiences: Vivid memories and feelings of Nostalgia for Houseboat tourism.
25. Dey, D. K., & Srivastava, A. (2017). Impulse buying intentions of young consumers from a hedonic shopping perspective. *Journal of Indian Business Research*, 9(4), 266-282.
26. Qian, T. Y., Wang, J. J., Chou, W. W. H., Kim, E., Zhang, J. J., & Gong, B. (2017). When the future of Chinese soccer is at stake: Chinese youth's attention, involvement and satisfaction. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 18(1), 29-47.
27. Mikulić, J., Prebežac, D., Šerić, M., & Krešić, D. (2017). Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis. *Tourism Management*, 59, 226-233.
28. Jeuring, J. H. G. (2017). Weather perceptions, holiday satisfaction and perceived attractiveness of domestic vacationing in The Netherlands. *Tourism Management*, 61, 70-81.
29. Sotiriadis, M. (2017). Experiential dimensions and their influence on behavioral intentions within the context of nature-based tourism. *Tourism and Hospitality Management*, 23(1), 35-50.
30. Yadav, J. K., & Krishnan, O. (2017). Memorable Tourism Experiences: Vivid memories and feelings of Nostalgia for Houseboat tourism.
31. Morrow, R., Rodriguez, A., & King, N. (2017). Back to basics: can unstructured camping promote wellbeing?. *Therapeutic Communities: The International Journal of Therapeutic Communities*, 38(1), 49-56.
32. Caldicott, R. W. (2017). Freedom camping politics and policy: a case study of four Australian local communities.
33. Stavrinoudis, T. A., & Chrysanthopoulou, D. (2017). The role of leadership in building and managing corporate reputation of 4 and 5 star hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 176-189.
34. Pérez-Gosende, P. A., & Morales-Vergara, J. R. (2017). Segmentación post-hoc de consumidores de servicios de recreación nocturna: una experiencia ecuatoriana. *Ingeniería Industrial*, 38(3).
35. Kavoura, A., & Koziol, L. (2017). Polish Firms' Innovation Capability for Competitiveness via Information Technologies and Social Media Implementation. In *Factors Affecting Firm Competitiveness and Performance in the Modern Business World* (pp. 191-222). IGI Global.
36. Beckman, E., Whaley, J. E., & Kim, Y. K. (2017). Motivations and experiences of whitewater rafting tourists on the Ocoee River, USA. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 257-267.
37. Lončarić, D., Prodan, M. P., & Dlačić, J. (2017, January). Co-creating tourist experiences to enhance customer loyalty and travel satisfaction. In *International Scientific Conference ToSEE-*

- Tourism in Southern and Eastern Europe 2017: "Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges".*
38. Pérez Campdesuñer, R., García Vidal, G., Sánchez Rodríguez, A., & MartínezVivar, R. (2017). Structural equation model: influence on tourist satisfaction with destination attributes. *Tourism and hospitality management*, 23(2), 219-233.
 39. Rodriguez, A. S., Campdesuñer, R. P., Vidal, G. G., & Vivar, R. M. (2017). Tools for measuring and improving external customer satisfaction in stores of Santo Domingo, Ecuador. *International Journal of Engineering Business Management*, 9, 1847979017723172.
 40. Sobaci, M. Z., & Hatipoğlu, İ. (2017, May). Measuring the Engagement Level of Political Parties with Public on Facebook: The Case of Turkey. In *E-Democracy and Open Government (CeDEM), 2017 Conference for* (pp. 209-216). IEEE.
 41. Chazireni, B. (2017). *An investigation into corporate social responsibility on sustainable growth of wholesale and retail SMEs: a case study of EtheKwini Municipal Region* (Doctoral dissertation).
 42. Michelucci, F. V., & De Marco, A. (2017). Smart communities inside local governments: a pie in the sky?. *International Journal of Public Sector Management*, 30(1), 2-14.
 43. Wiencierz, C., & Röttger, U. (2017). The use of big data in corporate communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(3), 258-272.
 44. Becan, C., & Ustakara, F. (2017). DİYALOG TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE İNTERNET TABANLI İLETİŞİM ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: HALKLA İLİŞKİLER AJANSLARININ WEB STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ. *Danışma Kurulu*, 64.
 45. Bayona, S., & Morales, V. (2017). E-government development models for municipalities. *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*, 17(S1), S47-S59.
 46. Hecking, T., Dimitrova, V., Mitrovic, A., & Ulrich Hoppe, U. (2017, December). Using Network-Text Analysis to Characterise Learner Engagement in Active Video Watching. In *ICCE 2017 Main Conference Proceedings* (pp. 326-335). Asia-Pacific Society for Computers in Education
 47. Mitrovic, A., Dimitrova, V., Lau, L., Weerasinghe, A., & Mathews, M. (2017, June). Supporting Constructive Video-Based Learning: Requirements Elicitation from Exploratory Studies. In *International Conference on Artificial Intelligence in Education* (pp. 224-237). Springer, Cham. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-61425-0_19
 48. Dimitrova, V., Mitrovic, A., Piotrkowicz, A., Lau, L., & Weerasinghe, A. (2017, July). Using Learning Analytics to Devise Interactive Personalised Nudges for Active Video Watching. In *Proceedings of the 25th Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization* (pp. 22-31). ACM. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3079683>
 49. Μέμος, Β. (2017). Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Αποδοτικού Αλγορίθμου για Οπτικοακουστικά Συστήματα Επιτήρησης στις Έξυπνες Πόλεις., Διδακτορική Διατριβή
 50. Balaouras, P., Gatzonis, M., Tsimpanis, K., Apostolidis, H., & Tsiatsos, T. (2017). Towards an online video platform for MOOCs. *Multimedia Tools and Applications*, 1-27. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11042-017-4913-5>
 51. Bennett, G. S. (2017). Comparison of interactive video test performance to overall class performance in a biomechanics course. *Journal of Chiropractic Education*. <http://www.journalchiroed.com/doi/abs/10.7899/JCE-16-00013?code=bthl-site>
 52. Hayden, C. L., Fleischer, A. B., & Taylor, K. R. (2017). 2017 Pedagogicon Proceedings. *INNOVATIONS IN TEACHING & LEARNING*, 53.
 53. Pappas, I. O., Giannakos, M. N., & Mikalef, P. (2017). Investigating students' use and adoption of with-video assignments: lessons learnt for video-based open educational resources. *Journal of Computing in Higher Education*, 29(1), 160-177.
 54. Huang, N. F., Hsu, H. H., Chen, S. C., Lee, C. A., Huang, Y. W., Ou, P. W., & Tzeng, J. W. (2017, March). VideoMark: A video-based learning analytic technique for MOOCs. In *Big Data Analysis (ICBDA), 2017 IEEE 2nd International Conference on* (pp. 753-757). IEEE. <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8078738/>

55. Bennett, G. S. (2017). Comparison of interactive video test performance to overall class performance in a biomechanics course. *Journal of Chiropractic Education*, <http://www.journalchiroed.com/doi/abs/10.7899/JCE-16-00013?code=bthl-site>
56. NunoCarvalho, Rui Pedro Lourenço “E-RULEMAKING: TECNOLOGIAS UTILIZADAS E RESULTADOS ALCANÇADOS”(“E- rulemaking: technologies used and achieved results”)6a Conferência da Associação Portuguesa de Sistemas de Informação (CAPSI’2016) 336 22 a 24 de Setembro de 2016, Porto, Portugal, ISSN 2183-489X, DOI <http://dx.doi.org/10.18803/capsi.v16.336-349>.
57. [Ruijter, Erna H.J.M.&Martinius, Evelijn](#), “Researching the democratic impact of open government data: A systematic literature review”[Information Polity](#), vol. 22, no. 4, pp. 233-250, 2017, **DOI:** 10.3233/IP-170413.
58. Zhang, W., & Soon, C (2017). The Main and Spillover Effects of Online Deliberation: Changes in opinions, informational media use and political activities. *Proceedings of CeDEM 2017*, Danube University Krems, Austria.
59. Zhang, W., & Soon, C (2017) “The Main and Spillover Effects of Online Deliberation: Changes in opinions, informational media use and political activities”,*IEEE Xplore*, 10.1109/CeDEM.2017.21.
60. Gergő Závecz (2017) “Elite Conflicts and Their Effects on Political Support as a Function of Elite and Mass Polarization”, PhD Dissertation, Central European University, Budapest, Hungary
61. Michaela Maier, Patrick Bacherle, Silke Adam, Melanie Leidecker-Sandmann(2017) “The interplay between parties and media in putting EU issues on the agenda.A temporal pattern analysis of the 2014 European Parliamentary election campaigns in Austria, Germany and the United Kingdom”, *Party Politics*, First Published April 20, 2017, <https://doi.org/10.1177/1354068817700532>
62. RomenaBukelė (2017) Tiesossampratos visuomenėje ir jų atsakymai žiniasklaidoje: politinės komunikacijos atvejais (“Conception of truth in society and Reflection in mass media: political communication case”), Dissertation, Institutional Repository of Vilnius Gediminas Technical University. Lithuania.
63. Robbins, A. R. (2017). *Beauty in the Eye of the Holder: The Contribution of Body Appreciation to Sexual Health in Adult Women* (Doctoral dissertation, Université d'Ottawa/University of Ottawa). <https://ruor.uottawa.ca/handle/10393/35814>
64. Zhang, Q., Li, C., Zhang, C., & Wang, K. (2017, July). An Investigation on Online Shopping Behaviors in the Singles Day: The Role of Gender. In *Proceedings of the International Conference on Business and Information Management* (pp. 29-33). ACM. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3134278>
65. Hamid, M. A. (2017). Analysis of visual presentation of cultural dimensions: Culture demonstrated by pictures on homepages of universities in Pakistan. *Journal of Marketing Communications*, 23(6), pp. 592-613. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527266.2016.1147486>
66. Svensson, J., & Svensson, G. (2017). The male vegetarian-A study about advertising’s ability to change social norms. (Dissertation thesis, Lund University) <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=8917693&fileOId=8917696>
67. Butkowski, C. P., & Tajima, A. (2017). A critical examination of visualized femininity: selective inheritance and intensification of gender posing from historical painting to contemporary advertising. *Feminist Media Studies*, 17(6), pp. 1037-1055. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14680777.2017.1300830>
68. Hernández, L. H. (2017). You Get a Very Conflicting View. In K. Golombisky & P. J. Kreshel (Eds.) *Feminists, Feminisms, and Advertising: Some Restrictions Apply*. Lexington Books

69. Mwathi, M. W. (2017). *Perceptions of Female Legislators in the 11th Parliament on Media Portrayal of Women Politicians in Kenya* (Doctoral Dissertation, University of Nairobi).
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/102001/Mwathi_Perceptions%20Of%20Female%20Legislators%20In%20The%2011Th%20Parliament%20On%20Media%20Portrayal%20Of%20Women%20Politicians%20In%20Kenya.pdf?sequence=1&isAllowed=y
70. Shinoda, L. M. (2017). *Padrões de representação do estereótipo do gênero feminino na propaganda brasileira* (Doctoral Dissertation, Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração De Empresas De São Paulo).
<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18061>
71. Frey, U. (2017). Advertising and the Depiction of Working Women in Croissant during the 1980's and 90's. Departmental Bulletin Paper, Kyoto University
<https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/handle/2433/220422>
72. Marcon, F. A., Ribeiro, A. M. S., & Belz, E. (2017). A Atuação Do Conar Nos Casos De Denúncias De Sexismo Na Propaganda: Liberdade De Expressão Comercial Versus Respeito Às Mulheres, Universidade Federal De Santa Catarina (Ufsc)
<http://login.semead.com.br/20semead/arquivos/2325.pdf>
73. Fedon, F., & Schockert, P. (2017). Is the use of female celebrity endorsers instead of models in luxury advertising a feminist act?, Master Research Report, Toulouse Business School
 file:///C:/Users/Eirini/Downloads/FemaleCelebrityEndorsementinLuxuryAdvertising-AFeministAct-1.pdf
74. Huang, Y. T. (2017). The Female Gaze: content composition and slot position in personalized banner ads, and how they influence visual attention in online shoppers. *Computers in Human Behavior*, 82 (May), pp. 1-15
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217307185>
75. Zaharia, S., Kauke, D., & Hartung, E. (2017, July). Eye-Tracking Analysis of Gender-Specific Online Information Research and Buying Behavior. In *International Conference on HCI in Business, Government, and Organizations* (pp. 143-159). Springer, Cham.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58484-3_12
76. Hwang, Y. M., & Lee, K. C. (2018). Using an Eye-Tracking Approach to Explore Gender Differences in Visual Attention and Shopping Attitudes in an Online Shopping Environment. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(1), pp. 15-24.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10447318.2017.1314611>
77. Lay, T. (2017). The Construction of Gender in Contemporary Magazine Advertisements. Research Paper, University of Ottawa
<https://ruor.uottawa.ca/handle/10393/36940>
78. Радюк, А. В., & Полякова, Н. В. (2017). ПРЕСУППОЗИЦИИ В КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЯХ РЕКЛАМНЫХ МИНИ-ТЕКСТОВ. *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Стафьева*, 4 (42).
<https://cyberleninka.ru/article/n/presuppozitsii-v-kommunikativnyh-strategiyah-reklamnyh-mini-tekstov>
79. Kotzaivatzoglou, Iordanis (2017) Communicating and developing relationships through Facebook: The case of Greek Organizations, *International Journal of Technology Marketing* 12(4):1, DOI 10.1504/IJTMKT.2017.10011143

2016(75 Γνωστές Ετεροαναφορές)

1. Asad Safi, Anabel Martin-Gonzalez (2016) Online Breast Cancer Diagnosis System, in A. Martin-Gonzalez and V. Uc-Cetina (Eds.): ISICS 2016: Intelligent Computing Systems, CCIS 597, pp. 108–115, Springer, http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-30447-2_9
2. C. Arya, R. Tiwari (2016), Expert System for Breast Cancer Diagnosis: A Survey, 2016 International Conference on Computer Communication and Informatics (ICCCI -2016), Jan. 07 – 09, 2016, Coimbatore, INDIA <http://ieeexplore.ieee.org/document/7479940/?arnumber=7479940>
3. 4. Nyarwi Ahmad (2016) The Internet, Social Media and Knowledge Production and Development of Political Marketing, in Ritesh Chugh (ed) Harnessing Social Media as a Knowledge Management Tool, IGI Global, pp. 177-209. **(Ετεροαναφορά σε 2 εργασίες)**
5. S. Papagiannidis, D. Manika (2016) Political Participation and Engagement via Different Online and Offline Channels, International Journal of E-Business Research, 12(4), pp. 1-22 <http://www.igi-global.com/article/political-participation-and-engagement-via-different-online-and-offline-channels/163360>
6. P.P.M. Duenas, A.D. Guerra (2016) Uso de Twitter por los partidos y candidatos políticos en las elecciones autonómicas de Madrid 2015 (Twitter using by the political parties and political candidates in the 2015 regional elections of Madrid), Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.32, edición de primavera, 2016, <http://ambitoscomunicacion.com/2016/uso-de-twitter-por-los-partidos-y-candidatos-politicos-en-las-elecciones-autonomicas-de-madrid-2015/>
7. Tomas Dezelan, Igor Vobic (2016) (R)evolutionizing Political Communication through Social Media. Information Science Reference, Hersey, USA, ISBN 9781466698796.
8. Cristina Kuhn (2016) Persönlichkeitsschutz 2.0: Profilbildung und -nutzung durch Soziale Netzwerke am Beispiel von Facebook im Rechtsvergleich zwischen Deutschland und den USA, De Gruyter, Berlin, ISBN 978-3-11-049588-1
9. Androniki Kavoura, Leszek Koziol (2016) Polish Firms' Innovation Capability for Competitiveness via Information Technologies and Social Media Implementation, in A. Vlachvei, O. Notta, K. Karantinis, N. Tsounis (eds) Factors Affecting Firm Competitiveness and Performance in the Business world , ISBN13: 9781522508434| ISBN10: 1522508430, DOI: 10.4018/978-1-5225-0843-4
10. Miguel Ángel Sánchez Ramos, Hernán Martínez Martínez (2016), GOBIERNO LOCAL ABIERTO: DIAGNÓSTICO EN MÉXICO Y OAXACA, Ricsh Revista Iberoamericana De Las Ciencias Socialesy Humanísticas, Vol 5, Num 10, <http://www.ricsh.org.mx/index.php/RICSH/article/view/90>
11. Ayman Alarabiat, Delfina Sa Soares (2016) Electronic Participation through Social Media, in Proceedings of ICEGOV2016, Montevideo Uruguay, ACM, pp. 191-194 DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2910019.2910109>, <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2910109>
12. Gustavo Gouvêa Maciel, Hélder Gomes, Gonçalo Paiva Dias (2016) Assessing and explaining local e-government maturity in the Iberoamerican community, Journal of Information Systems Engineering & Management, 1:2 (2016), 91-109, ISSN: 2468-2071,

- https://www.researchgate.net/profile/Goncalo_Dias2/publication/299368190_Assessing_and_explaining_local_egovernment_maturity_in_the_Iberoamerican_community/links/56f267ef08ae4744a9217d4e.pdf
13. Bayona Sussy, Morales Vicente (2016) E-Government Development Models for Municipalities, *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*, vol. Preprint, 1-13, IOS Press.
<http://content.iospress.com/articles/journal-of-computational-methods-in-sciences-and-engineering/jcm679>
 14. Changphao, P. (2016). *Essays on interorganizational relationships and corporate strategies: Product recalls, mergers & acquisitions, and strategic alliances*. TheUniversityofTexasatDallas.
 15. 刘贝贝, 青平, &陈通. (2016). 行业基率信息视角下企业修复策略对网络负面口碑传播的影响--以农业企业为例. *农业现代化研究*, (2016 年 06), 1167-1172.
 16. Salvador, A. B., & Ikeda, A. A. (2016, September). O USO DAS INFORMAÇÕES EM MOMENTOS DE PREVENÇÃO, IDENTIFICAÇÃO E GESTÃO DE CRISE DE MARCA. In *CLAV 2016*.
 17. Taheri, B. (2016). Emotional connection, materialism, and religiosity: An Islamic tourism experience. *JournalofTravel&TourismMarketing*, 33(7), 1011-1027.
 18. Yeh, C. C., Ku, E. C., & Ho, C. H. (2016). Collaborating pivotal suppliers: Complementarities, flexibility, and standard communication between airline companies and travel agencies. *JournalofAirTransportManagement*, 55, 92-101.
 19. 谢若龄,&吴必虎. (2016). 30 年国内外宗教旅游研究综述. *TourismTribune/LvyouXuekan*, 31(1).
 20. Tsai, C. Y., Wang, M. T., & Tseng, H. T. (2016). The impact of tour guides' physical attractiveness, sense of humor, and seniority on guide attention and efficiency. *JournalofTravel&TourismMarketing*, 33(6), 824-836.
 21. Zhang, T., & Yan, N. (2016). The Effect of Religious Tourist Motivation and Satisfaction on Behavioral Intention. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social and Tourism Sciences*, 3(8).
 22. Türker, N. (2016). Religious Tourism in Turkey. In *Alternative Tourism in Turkey* (pp. 151-172). Springer, Cham.
 23. Lu, D., Liu, Y., Zhang, H., & Lai, I. K. (2016). The ethical judgment and moral reaction to the product-harm crisis: Theoretical model and empirical research. *Sustainability*, 8(7), 626.
 24. Antonetti, P. (2016). Consumer anger: a label in search of meaning. *EuropeanJournalofMarketing*, 50(9/10), 1602-1628.
 25. 袁海霞. (2016). 产品伤害危机影响机制的边界条件及修复策略研究. *软科学*, 30(1), 110-114.
 26. 青平, 张莹, 涂铭, 张勇, &陈通. (2016). 网络意见领袖动员方式对网络集群行为参与的影响研究——基于产品伤害危机背景下的实验研究. *管理世界*, (7), 109-120.
 27. Hyvärinen, J. (2016). Vastuuttomuuselintarvikealalla—kuinkarikkomuksenpiirteetvaikuttavatkuluttajaneettiseenpäätöksentekoon?.
 28. Luo, Z., & Qu, H. (2016). Guest-defined hotel service quality and its impacts on guest loyalty. *JournalofQualityAssuranceinHospitality&Tourism*, 17(3), 311-332.
 29. Chawla, D., &Sondhi, N. (2016). Local versus global brand preferences amongst urban Indian chocolate consumers: an empirical

- study. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 12(4), 508-533.
30. Betti, M., & Dad, I. J. (2016). The Unique Nostalgic Shopper: Nostalgia proneness and desire for uniqueness as determinants of shopping behavior among Millennials.
 31. Kilani, N. (2016). Étude de l'expérience vécue sur trois canaux d'achat différents et son impact sur la relation marque-consommateur dans le cas des marques de luxe.
 32. ÇULHA, O., & KALKAN, A. (2016). Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesive Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 132, 164.
 33. DARBAS, M. (2016). EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS.
 34. 金永生, & 田慧. (2016). 网站特征对消费者口碑传播意愿的影响机制研究. *现代情报*, 36(10), 107-112.
 35. Kang, J., Manthiou, A., Kim, I., & Hyun, S. S. (2016). Recollection of the sea cruise: The role of cruise photos and other passengers on the ship. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(9), 1286-1308.
 36. Xu, J. B., & Huang, S. S. (2016). Exploring Mainland Chinese students' motivations of re-visiting Hong Kong as a familiar place and their links to student life experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*.
 37. Begina, A. (2016). Corporate and Social Responsibility Reporting in the Greek banking sector: A comparative analysis.
 38. Carlson, J., Rahman, M. M., Rosenberger III, P. J., & Holzmüller, H. H. (2016). Understanding communal and individual customer experiences in group-oriented event tourism: an activity theory perspective. *Journal of Marketing Management*, 32(9-10), 900-925.
 39. Vergara, J. M., Gosende, P. P., Avecilla, D. A., Lozano, C. P., & Lozano, G. P. (2016). Segmentation of Entertainment Consumers: An Ecuadorian Experience. *PODIUM*, (30), 121-133.
 40. Carlson, J., King, C., Streets, A., Rahman, M. M., Rosenberger III, P. J., & Holzmüller, H. H. (2016), Understanding Communal and Individual Customer Experiences in Group-oriented Event Tourism: An Activity Theory Perspective. [http://dx. doi. org/10.1080/0267257X. 2016.1181099](http://dx.doi.org/10.1080/0267257X.2016.1181099)
 41. Alarabiat, A., & Soares, D. S. (2016, March). Electronic participation through social media. In *Proceedings of the 9th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 191-194). ACM.
 42. Ramos, M. Á. S., & Martínez, H. M. (2016). Gobierno local abierto: diagnóstico en México y Oaxaca/Open local government: diagnosis in Mexico and Oaxaca. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 5(10), 351-384.
 43. Rijal, C. P., & Ghimire, S. (2016). Prospects of Creating Memorable Experience in Nepalese Tourism and Hospitality Industry. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 6, 40-66.
 44. Fadhil, N. A. (2016). *An exploratory study on social engagement using Facebook among hotel operators in Malaysia* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
 45. Maciel, G. G., Gomes, H., & Dias, G. P. (2016). Assessing and explaining local e-government maturity in the Iberoamerican Community. *Journal of Information Systems Engineering & Management*, 1(2), 91-109.
 46. Giannakos, M. N., Sampson, D. G., & Kidziński, Ł. (2016). Introduction to smart learning analytics: foundations and developments in video-based learning. Smart

- Learning Environments, 3(1), 1-9.
<https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-016-0034-2>
47. Vrablecová, P., & Šimko, M. (2016). Supporting semantic annotation of educational content by automatic extraction of hierarchical domain relationships. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 9(3), 285-298.
<http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7442538/>
48. Sarkar, S., Carpenter, B., Bader-El-Den, M., & Knight, A. (2016, July). Where students go and how they do: Wi-Fi location data versus academic performance. In *Human System Interactions (HSI), 2016 9th International Conference on* (pp. 45-51). IEEE.
<http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7529607/>
49. Dunwell, I., Dixon, R., Bul, K. C., Hendrix, M., Kato, P. M., & Ascolese, A. (2016, October). Translating open data to educational minigames. In *Semantic and Social Media Adaptation and Personalization (SMAP), 2016 11th International Workshop on* (pp. 145-150). IEEE.
<http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7753400/>
50. Munk, M., & Drlík, M. (2016). Methodology of Predictive Modeling of Students' Behavior in Virtual Learning Environment. In *Formative Assessment, Learning Data Analytics and Gamification* (pp. 187-216).
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128036372000105>
51. Algarni, A. (2016). Data Mining in Education. *IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 7(6).
<https://pdfs.semanticscholar.org/05e1/53f8f543165697d58665a9aab11c45a90a2e.pdf>
52. NORTVIG, B. A. M., & Sørensen, B. H. (2016). Video Podcasts: Learning by Listening?. In *Conference on Designs for Learning* (p. 162).
http://eprints.lancs.ac.uk/85026/1/Proceedings_of_the_5th_International_Conference_on_Designs_for_Learning.pdf#page=164
53. Nortvig, A. M. (2016). Learning analytics som udgangspunkt for refleksion over didaktisk design i blended learning. *Tidsskriftet Læring og Medier (LOM)*, 9(16).
<https://tidsskrift.dk/index.php/lom/article/view/24150>
54. Hayati, H., Tahiri, J. S., Idrissi, M. K., & Bennani, S. (2016, October). Classification system of learners engagement within Massive Open Online Courses. In *Information Science and Technology (CiSt), 2016 4th IEEE International Colloquium on* (pp. 527-530). IEEE.
<http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7805105/>
55. Cummins, S., Beresford, A. R., & Rice, A. (2016). Investigating Engagement with In-Video Quiz Questions in a Programming Course. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 9(1), 57-66, <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7122326/>
56. Giannakos, M. N., Krogstie, J., & Aalberg, T. (2016). Video-based learning ecosystem to support active learning: application to an introductory computer science course. *Smart Learning Environments*, 3(1), 1-13,
<https://link.springer.com/article/10.1186/s40561-016-0036-0>
57. Cunningham, U. (2016). Language pedagogy and non-transience in the flipped classroom. *Journal of Open Flexible and Distance Learning*, 20(1), 44-58.
<http://jofdl.nz/index.php/JOFDL/article/view/269>

58. Giannakos, M. N., Sampson, D. G., Kidzinski, L., & Pardo, A. (2016). Enhancing Video-Based Learning Experience through Smart Environments and Analytics. In SE@ VBL@ LAK (pp. 1-6).
<http://ceur-ws.org/Vol-1579/paper1.pdf>
59. Papadopoulou, A., & Palaigeorgiou, G. (2016). Interactive Video, Tablets and Self-Paced Learning in the Classroom: Preservice Teachers Perceptions. International Association for Development of the Information Society.
<https://eric.ed.gov/?id=ED571422>
60. Chen, H. L., & Wang, S. (2016) Turning passive watching to active learning: Engaging online learners through interactive video assessment tools. *thannual*, 15.
http://www.tresystems.com/proceedings/documents/2016_lasvegas_volume1.pdf#page=23
61. Samuel A. R. Barros and Rafael C. Sampaio (2016) “Do Citizens Trust Electronic Participatory Budgeting? Public Expression in Online Forums as an Evaluation Method in Belo Horizonte”, *Policy and Internet*, Volume 8, Issue 3, September 2016, pp 292–312.
62. Carpentier, Nico (2011, 2016) *Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle*, Intellect Ltd, Bristol, UK, also available at
<http://www.oapen.org/search?identifier=606390> .
63. Stone B. (2016) Trauma, Reality, and Eucharist. In: Arel S., Rambo S. (eds) *Post-Traumatic Public Theology*. Palgrave Macmillan, Cham, pp 37-62, DOI:
https://doi.org/10.1007/978-3-319-40660-2_3
64. Kollastasis, Panos (2016) “The Permanent Campaign Strategy of Prime Ministers in Parliamentary Systems: The Case of Greece”, *Journal of Political Marketing*, published online July 2016, pp.1-25, Taylor and Francis online, <https://doi.org/10.1080/15377857.2016.1193835>
65. Döring, N., Reif, A., & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*, 55, pp. 955-962.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215301801>
66. Rieple, A., Baghdasaryan, L., Bettany, S., & West, R. (2016). Reproduction of Gender Ideology Through Russian Consumer Culture: The Case of Iconography of the ‘Mother’ in Russia. Paper Presented at the ICCMI Conference, 22- 24 June, Heraklion.
<http://westminsterresearch.wmin.ac.uk/20156/>
67. Hatzithomas, L., Boutsouki, C., & Ziamou, P. (2016). A longitudinal analysis of the changing roles of gender in advertising: a content analysis of Super Bowl commercials. *International Journal of Advertising*, 35(5), pp. 888-906.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02650487.2016.1162344>
68. Caroline, J., & Li, S. (2016). Fair-Skinned And Happy Housewives: How Women Are Portrayed In Advertisements In Mexican Fashion Magazines. Bachelor Thesis, Jönköping University, Sweden
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:906023/FULLTEXT01.pdf>

69. Coleman, D. A. L. (2016). Seeing is Believing, But is it the Truth? Reality vs. Representation of Men in Contemporary Magazine Advertisements, 1980-2010. Master Thesis, University of Southern Mississippi
<https://aquila.usm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.gr/&httpsredir=1&article=1424&context=dissertations>
70. Lau, K. L. (2016). Problematizing Femininity in Slimming Advertisements. *Pertanika Journal of Social Sciences&Humanities*, 24(4), pp. 1627-1650
[http://www.pertanika.upm.edu.my/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2024%20\(4\)%20Dec.%202016/22%20JSSH-1457-2015.pdf](http://www.pertanika.upm.edu.my/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2024%20(4)%20Dec.%202016/22%20JSSH-1457-2015.pdf)
71. Vanessa, T. S. H. (2016). *An Examination Of Singaporean Video Gamers' perceptions of Female Video Game Characters*, Doctoral Dissertation, National University of Singapore
<http://scholarbank.nus.sg/handle/10635/134933>
72. Hsu, J. L. (2016). 從內衣廣告看女性主義的影響. 中原大學企業管理研究所學位論文, (The Evolution of Contemporary Brasserie Television Commercial upon Social Feminism in Taiwan), pp. 1-119.
<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?docid=U0017-0407201621004500>
73. Shaouf, A., Lü, K., & Li, X. (2016). The effect of web advertising visual design on online purchase intention: An examination across gender. *Computers in Human Behavior*, 60, pp. 622-634.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563216301339>
74. Hong, Y. (2016). Evaluation Index System of Tourism Competitiveness Based on Tourism Electronic Commerce Platform. *Boletín Técnico*, 55(4), pp. 463-473.
75. Lopez-Coleman, D. A. (2016). *Seeing is believing, but is it the truth? Reality vs. representation of men in contemporary magazine advertisements, 1980-2010*. The University of Southern Mississippi.

Συμμετοχές Μελών Ε.Π. σε Επιτροπές Επιστημονικών Συνεδρίων (2016-2017)

G. Lappas 2017: 7th International Conference on e-Democracy, 14-15 December Athens
http://www.edemocracy2017.eu/?page_id=287

G. Lappas 2017: 9th International Conference on Social Informatics, Oxford, UK, 13-15 September
<http://socinfo2017.oii.ox.ac.uk/>

G. Lappas 2017: The 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Thessaloniki, June
<http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2017/committees.html>

G. Lappas 2017: The 3rd Multidisciplinary International Social Networks Conference, Kean University, Bangkok, Thailand, July 17-19.

- G. Lappas 2017:** <http://tasn.org.tw/misnc2017/committee/>
Seventh International Conference on Advances in Information Mining and Management, June 25-29, Venice, Italy.
- G. Lappas 2017:** <http://www.iaia.org/conferences2017/ComIMMM17.html>
The 2017 International Conference on Advanced Technologies Enhancing Education, Qingdao, China March 18-20
- G. Lappas 2017:** <http://icat2e.jimdo.com/committees/>
10th International Multi-Conference on Engineering and Technological Innovation, Orlando, USA, July 8-11.
- G. Lappas 2017:** <http://www.iiis2017.org/imeti/website/ProgramCommitte.asp?vc=20>
The 11th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics, Orlando, USA, July 5-8.
- G. Lappas 2017:** <http://www.iiis2017.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=17>
International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications, Orlando, USA, July 8-11.
- G. Lappas 2016:** <http://www.iaia.org/conferences2016/ComCOLLA16.html>
The Sixth International Conference on Advanced Collaborative Networks, Systems and Applications, November 13-17, Barcelona, Spain,
- G. Lappas 2016:** <http://www.iaia.org/conferences2016/ComHUSO16.html>
The Second International Conference on Human and Social Analytics, October November 13-17, Barcelona, Spain,
- G. Lappas 2016:** The South-East Europe Design Automation, Computer Engineering, Computer Networks, and Social Media Conference, Kastoria, Greece, September 25-27.
<http://kastoria.teiwm.gr/seeda>
- G. Lappas 2016:** The 7th International Workshop on Mining and Analyzing Social Networks for Decision Support, San Francisco August 18-21
<http://iting.im.nuk.edu.tw/msnds2016/committee/>
- G. Lappas 2016:** Sixth International Conference on Advances in Information Mining and Management, May 22-26, Valencia, Spain.
<http://www.iaia.org/conferences2016/ComIMMM16.html>
- G. Lappas 2016:** The 3rd Multidisciplinary International Social Networks Conference, Kean University, New Jersey, USA, Aug 15-17.
<http://tasn.org.tw/misnc2016/committee/>
- G. Lappas 2016:** The 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Heraklion, June 22-24 <http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2016/committees.html>
- G. Lappas 2016:** The 10th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics, Orlando, USA, July 5-8.
<http://www.iiis2016.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=17>
- G. Lappas 2016:** International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications, Orlando, USA, July 5-8.
<http://www.iiis2016.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=4>
- G. Lappas 2016:** 9th International Multi-Conference on Engineering and Technological Innovation, Orlando, USA, July 5-8.
<http://www.iiis2016.org/imeti/website/ProgramCommitte.asp?vc=20>

Συμμετοχές σε Συντακτικές Επιτροπές Επιστημονικών Περιοδικών

- 1/2009-σήμερα **G. Lappas**, *International Journal of Electronics, Computing and Engineering Education* (Serials Publications) http://serialsjournals.com/editorial-board.php?journals_id=81
- 1/2009-σήμερα: **A. Deligiaouri** Associate Editor at the International Journal. of E-Politics (IGI Global) <https://www.igi-global.com/journal/international-journal-politics-ijep/1147>