



**ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ**

**ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟ ΕΤΟΣ 2018-2019**  
**(Αφορά στοιχεία του Ακ. Έτους 2017-18)**

Πίνακας 0-1.1. Μαθήματα Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

| ΜΑΘΗΜΑ  | Ιστοτόπος   | Σελίδα Οδηγού Σπουδών * | Διδάσκοντες<br>(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:<br>Έχει μοιραστεί και συμπληρωθεί από τους φοιτητές από την 8 <sup>η</sup> -10 <sup>η</sup> εβδομάδα του ακαδημαϊκού εξαμήνου το ερωτηματολόγιο αξιολόγησης Μαθήματος;<br><b>(Ναι / Όχι) **</b> | Διαλέξεις<br>Αριθμός εβδομάδων που πραγματοποιήθηκαν παραδόσεις *** |
|---|---|-------------------------|--|--|---|---|
| ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ     | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC100">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC100</a>                   |                         | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |
| ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ-Θ                             | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC101">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC101</a>                 |                         | ΜΟΝΟΒΑΣΙΛΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ<br>ΘΕΩΡΙΑ<br>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΑΠ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ - Ε | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC114/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC114/</a> |                         | ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ<br>ΓΚΟΥΤΖΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ<br>ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ<br>ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ       | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ -Θ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC113/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC113/</a> |                         | ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ                              | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC104">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC104</a>                   |                         | ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ -Ε        | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC107/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC107/</a> |                         | ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ<br>ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ  | ναι   | 13  |

|   |   |  |  |             |     |    |
|---|---|--|--|-------------|-----|----|
|   |   |  | ΓΚΟΥΤΖΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ<br>ΚΡΑΝΑΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ   |             |     |    |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ<br>ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ -Θ               | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC106/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC106/</a> |  | ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC109">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC109</a>                 |  | ΠΟΥΛΙΟΠΟΥΛΟΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΑΡΧΕΣ MARKETING   | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC206">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC206</a>                 |  | ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Ε                                       | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC175/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC175/</a> |  | ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ<br>ΓΚΟΥΤΖΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ<br>ΚΡΑΝΑΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Θ                                       | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC173/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC173/</a> |  | ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ                                       | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC203">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC203</a>   |  | ΣΕΡΔΑΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ<br>ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC179/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC179/</a> |  | ΤΣΙΧΛΑ ΕΙΡΗΝΗ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ<br>ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ        | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC180/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC180/</a> |  | ΤΣΙΧΛΑ ΕΙΡΗΝΗ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ<br>ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ-ΧΡΗΣΤΗ<br>ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ            | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC178/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/courses/DMC178/</a> |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ                                      | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC150">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC150</a>                   |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ<br>ΑΝΑΠΤΥΞΗ<br>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Ε               | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC126">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC126</a>                   |  | ΓΚΟΥΤΖΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ<br>ΚΡΑΝΑΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ<br>ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ<br>ΑΝΑΠΤΥΞΗ<br>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Θ               | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC125">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC125</a>                   |  | ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΑΠ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |

|   |   |  |  |             |     |    |
|---|---|--|--|-------------|-----|----|
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Ε                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC129">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC129</a> |  | ΓΙΟΛΤΖΙΔΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ<br>ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ<br>ΓΚΟΥΤΖΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Θ                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC128">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC128</a> |  | ΜΥΛΩΝΑ ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ<br>ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΑΠ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ                              | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC116">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC116</a> |  | ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΪΜΟΝΔΟΣ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ                                     | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC121">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC121</a> |  | ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ-ΙΟΥΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC184">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC184</a> |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Ε               | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC186">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC186</a> |  | ΓΚΟΥΤΣΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ<br>ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ<br>ΠΑΠΑΤΣΙΜΟΥΛΗ ΜΑΡΙΑ<br>ΜΑΜΑΡΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC185">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC185</a> |  | ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΘΕΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ε.Ε.                   | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC188">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC188</a> |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC189">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC189</a> |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Ε              | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC192">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC192</a> |  | ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ<br>ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΘΕΜΕΛΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ<br>ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΕΦΡΟΣΥΝΗ                  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Θ              | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC190">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC190</a> |  | ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΘΕΩΡΙΑ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΑΠ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΠΕΡΕΘΝΙΚΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC193">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC193</a> |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ Ι                            | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC194">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC194</a> |  | ΛΙΑΝΝΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |

|  |  |  |  |             |     |    |
|--|--|--|--|-------------|-----|----|
| ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ,<br>ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ<br>ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC140 |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Ε  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC137 |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ<br>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Θ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC135 |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ<br>ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ<br>ΚΑΙ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ     | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC142 |  | ΜΑΛΑΜΑ ΕΛΕΟΝΩΡΑ-ΙΟΥΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ<br>ΚΡΙΣΕΩΝ                    | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC138 |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ<br>ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Ε                                 | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a>        |  | --   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ<br>ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Θ                                 | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a>        |  | --   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ<br>ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ<br>ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Ε                 | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC147 |  | ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br>ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ<br>ΘΕΜΕΛΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ<br>ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΕΦΡΟΣΥΝΗ                              | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ<br>ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ<br>ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Θ                 | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC146 |  | ΑΜΑΝΑΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ<br>ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-<br>Ε                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC149 |  |  | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ<br>ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-<br>Θ                  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC148 |  |  | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ II  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC194 |  | ΛΙΑΝΝΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ<br>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ<br>ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Ε      | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC183 |  | ΘΕΟΔΟΣΟΠΟΥΛΟΣ ΙΑΚΩΒΟΣ<br>ΤΣΙΧΛΑ ΕΙΡΗΝΗ<br>ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ<br>ΧΑΤΣΙΟΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ<br>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ                     | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a> DMC195 |  | ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΘΕΩΡΙΑ-<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |

|   |   |  |  |             |     |    |
|---|---|--|--|-------------|-----|----|
| ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Θ   |   |  | ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠ  |             |     |    |
| ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Ε                                       | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC199">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC199</a>         |  | ΕΦΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ<br>ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΕΦΗ<br>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΟΛΓΑ<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ<br>ΜΑΜΑΡΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Θ                                       | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC197">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC197</a>         |  | ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ-<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/</a>                     |  | ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ ΔΟΜΝΑ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ                                    | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC202">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC202</a>         |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC212">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC212</a>       |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC200">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC200</a>       |  | ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ                             | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC170">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC170</a>       |  | ΣΤΑΜΝΑΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΗ   | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC201">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC201</a>       |  |  | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ                           | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC167">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC167</a>       |  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΑΜΑΛΙΑ<br>ΘΕΩΡΙΑ -ΜΑΛΑΜΑ<br>ΕΛΕΟΝΩΡΑ-ΙΟΥΛΙΑ ΑΠ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC150">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC150</a>       |  | ΔΕΛΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Ε                             | <a href="http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94">http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94</a> |  | ΕΦΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ<br>ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΕΦΡΟΣΥΝΗ<br>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΟΛΓΑ<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ                 | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Θ                             | <a href="http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94">http://elearn.teikoz.gr/course/view.php?id=94</a> |  | ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΘΕΩΡΙΑ-<br>ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠ  | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Ε  | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC158">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC158</a>         |  | ΑΛΒΑΝΟΣ ΡΑΪΜΟΝΔΟΣ<br>ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ<br>ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ   | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |

|  |   |  |   |             |     |    |
|--|---|--|---|-------------|-----|----|
|  |   |  | ΚΑΚΟΥΛΙΔΗΣ ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΣ<br>ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ |             |     |    |
| ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ<br>ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Θ                | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC157">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass//DMC157</a>   |  | ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ                           | ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ | ναι | 13 |
| ΜΜΕ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ<br>ΚΟΙΝΩΝΙΑ               | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC159">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass// DMC159</a> |  |   | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | ναι | 13 |
| ΨΗΦΙΑΚΕΣ<br>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ<br>ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC170">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC170</a>     |  | ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ ΔΟΜΝΑ                          | ΕΠΙΛΟΓΗΣ    | όχι | 0  |
| ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ                           | <a href="http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC171">http://kastoria.teiwm.gr/edetclass/DMC171</a>     |  | 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<br>Δίνεται στους φοιτητές λίστα βιβλιογραφίας για την κάλυψη του γνωστικού αντικειμένου του μαθήματος;<br><b>ΝΑΙ/ΟΧΙ****</b>  | 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<br>Ναι/Όχι* | Αριθμός Φοιτητών που πέρασε επιτυχώς στην κανονική & επαναληπτική εξέταση |
|---|---|--------------------------------------|---|---|--|------------------------|---|----|--|---|
|   |   |                                      |   |   |  |                        |   | ΕΕ |  |   |
| ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ | <p>Δίκαιο &amp; Internet, Καράκωστας Κ. Ιωάννης, 3η έκδοση/2009, ΔΙΚΑΙΟ &amp; ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ-ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ &amp; ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Το Δίκαιο του Διαδικτύου, Σιδηρόπουλος, Θεόδωρος, Σακκουλάς εκδόσεις ΑΕ., 2008, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Ελληνικό και Κοινοτικό, Αλεξανδρίδου</p> | 2                                    | 3   | ΔΟΝΑ  | ΚΟΡΜΟΥ                                       | X. 356<br>Ε.27         | 142<br>6  |    | X 57<br>Ε 6<br>ΕΕ 55                     |   |



|   |   |   |   |                     |        |               |          |  |  |                         |
|---|---|---|---|---------------------|--------|---------------|----------|--|--|-------------------------|
|   | Ελίζα,<br>Σάκκουλας<br>εκδόσεις ΑΕ,<br>2010, ΑΘΗΝΑ  |   |   |                     |        |               |          |  |  |                         |
| ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ                                 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ<br>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕ<br>ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ<br>ΣΕ SPSS ΚΑΙ<br>EXCEL,<br>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ<br>Γ.,<br>ΚΑΛΟΓΗΡΑΤΟΥ<br>Ζ.,<br>ΜΟΝΟΒΑΣΙΛΗΣ<br>Θ.,<br>ΦΩΤΟΓΙΟΥΝΙΚ<br>Α<br>ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠ<br>Η ΕΠΕ, 1η εκδ.<br>2017,<br>ΚΑΣΤΟΡΙΑ<br><br>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ :<br>ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ<br>& ΕΠΑΓΩΓΙΚΗ,<br>ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΟΣ<br>ΔΗΜΗΤΡΗΣ, Α<br>& Σ ΣΑΒΒΑΛΑΣ<br>Α.Ε., 1/2001,<br>ΑΘΗΝΑ | 4 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 347<br>E 20 | 155<br>2 |  |  | X.67<br>E 2<br>EE 28    |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-Ε  | Σημειώσεις<br>καθηγητή ,<br>Βιντεομαθήμ<br>ατα  | 2 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.252<br>E 3  | 141<br>0 |  |  | X. 115<br>E. 0<br>EE 15 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ –Θ | Εισαγωγή στις<br>Τεχνολογίες<br>Πληροφορίας<br>και<br>Επικοινωνίας,<br>Καλαφατούδης,<br>Δροσίτης,<br>Κοίλιας,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΝΕΩΝ   | 2 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 311<br>E 5  | 176<br>2 |  |  | X 91<br>E 1<br>EE 23    |

|                    |  |   |   |                     |        |               |           |  |  |                       |
|--------------------|--|---|---|---------------------|--------|---------------|-----------|--|--|-----------------------|
|                    | <p>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ<br/>ΜΟΝ. ΕΠΕ,<br/>'1η/2011</p> <p>Εισαγωγή στην<br/>πληροφορική,<br/>10η Έκδοση,<br/>Beekman<br/>George, Quinn<br/>Michael J., Χ.<br/>ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp;<br/>ΣΙΑ ΕΕ,<br/>10η/2015,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>Εισαγωγή στην<br/>πληροφορική,<br/>Evans Alan,<br/>Martin Kendall,<br/>Poatsy Mary<br/>Anne, Εκδόσεις<br/>Κριτική, 2014</p> <p>Εισαγωγή στην<br/>επιστήμη των<br/>υπολογιστών &amp;<br/>επικοινωνιών,<br/>ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ<br/>ΔΡΟΣΟΣ,<br/>Ελληνικά<br/>Ακαδημαϊκά<br/>Ηλεκτρονικά<br/>Συγγράμματα<br/>και Βοηθήματα -<br/>Αποθετήριο<br/>"Κάλλιπος",<br/>2016</p> |   |   |                     |        |               |           |  |  |                       |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <p><b>Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ<br/>ΜΑΖΙΚΗΣ<br/>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ<br/>ΓΙΑ ΤΟΝ 21ο<br/>ΑΙΩΝΑ, ΝΤΕΝΙΣ<br/>ΜΑΚΚΟΥΕΙΑ,<br/>ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α.<br/>ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ<br/>ΑΕΒΕΔΕ, 2003,</b></p>  | 4 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 381<br>E 53 | 170<br>11 |  |  | X.70<br>E 11<br>EE 22 |

|   |  |   |   |                  |        |               |          |  |  |                      |
|---|--|---|---|------------------|--------|---------------|----------|--|--|----------------------|
|   | <p>ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΝΤΕΝΙΣ ΜΑΚΚΟΥΕΙΛ, ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ, 2001, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΘΕΩΡΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ, ΚΑΪΤΑΤΖΗ-ΓΟΥΥΠΛΟΚ ΣΟΦΙΑ, ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ, 1/2012, ΑΘΗΝΑ</p> |   |   |                  |        |               |          |  |  |                      |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ-Ε | Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα  | 2 | 6 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.253<br>E.8  | 134<br>1 |  |  | X 122<br>E 1<br>EE 6 |
| ΑΡΧΕΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΒΙΝΤΕΟ-Θ | <p>Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα</p> <p>Ο ΠΛΗΡΗΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ, MICHAEL FREEMAN, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 4η/2008, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Ψηφιακή Επεξεργασία Εικόνας, Gonzales,</p>                           | 3 | 6 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.325<br>E 24 | 143<br>8 |  |  | X.70<br>E 6<br>EE 26 |

|                  |  |   |   |                  |        |               |           |  |  |                       |
|------------------|--|---|---|------------------|--------|---------------|-----------|--|--|-----------------------|
|                  | <p>ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ &amp; ΥΙΟΙ Α.Ε., 3η έκδ./2010, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>Adobe Photoshop CS6 Βήμα προς Βήμα, Adobe Creative Team, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 1η Εκδ./2013, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΨΗΦΙΑΚΟ ΒΙΝΤΕΟ ΓΙΑ ΑΡΧΑΡΙΟΥΣ, COLIN BARRETT, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 1η/2007, ΑΘΗΝΑ</p> |   |   |                  |        |               |           |  |  |                       |
| ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT | <p>MANATZMENT - Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση, ΣΑΡΜΑΝΙΩΤΗΣ, ΧΡΗΣΤΟΣ, Εκδόσεις ΖΥΓΟΣ, 2η έκδ./2012, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>Strategic Management: Text and Cases, DESS, McNAMARA, EISNER, Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε., 2016, ΑΘΗΝΑ</p>   | 4 | 6 | ΔΟΝΑ             | ΚΟΡΜΟΥ | X.417<br>E 40 | 208<br>13 |  |  | X.94<br>E 11<br>EE 32 |
| ΑΡΧΕΣ MARKETING  | <p>Μάρκετινγκ / Αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα, ΒΛΑΧΒΕΗ ΑΣΠΑΣΙΑ, ΦΩΤΟΓΙΟΥΝΙΚΑ</p>  | 4 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.10<br>E 287 | 10<br>198 |  |  | X.2<br>E 108<br>EE 15 |

|                     |   |   |   |                  |        |              |          |  |  |                       |
|---------------------|---|---|---|------------------|--------|--------------|----------|--|--|-----------------------|
|                     | <p>ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ, 1η/2007</p> <p>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΣΙΩΜΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ Ι., ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ. Γ' ΕΚΔ., ΜΑΛΛΙΑΡΗΣ ΠΕΤΡΟΣ Γ., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ Α.Ε., 4η έκδ./2012, ΑΘΗΝΑ</p> |   |   |                  |        |              |          |  |  |                       |
| ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Ε | Σημειώσεις καθηγητών,   | 2 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | Ε 171        | 131      |  |  | Ε 123<br>ΕΕ 5         |
| ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΓΡΑΦΙΚΩΝ-Θ | <p>Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεο, μαθήματα</p> <p>Εισαγωγή στην ιστορία και τη θεωρία του graphic design, Μίλτος Φραγκόπουλος, Μιχαήλ Παπαρούνης, '1/2006</p> <p>DESIGN ΚΑΙ LAYOUT, Dabner, Α &amp; Σ ΣΑΒΒΑΛΑΣ Α.Ε.,</p>              | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 4<br>Ε 171 | 4<br>131 |  |  | X 4<br>Ε 123<br>ΕΕ 35 |

|                     |  |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
|---------------------|--|---|---|------------------|--------|--------------|----------|--|--|----------------------|
|                     | <p>Ιουν-05</p> <p>Εισαγωγή στη Σημειολογία, Μαρία Χαλεβελάκη, Καστανιώτη, 1η έκδ./2010, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Adobe Illustrator CS6 Βήμα Προς Βήμα, Adobe Creative Team, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 1η Εκδ./2013, ΑΘΗΝΑ</p>  |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
| ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ | <p>Κοινωνική ψυχολογία. Παρελθόν, παρόν, μέλλον, ΣΕΡΔΑΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, University Studio Press, 1/2014, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ, ΜΠΡΩΝΗ ΓΕΩΡΓΙΑ, ΒΕΛΕΝΤΖΑΣ ΓΙΑΝΝΗΣ, ΓΕΩΡΓΙΑ ΜΠΡΩΝΗ, 1/2017, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ, Hogg Michael, Vaughan Graham, Γ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ - Κ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ Ο.Ε., 1η έκδ., ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ, HEWSTONE, M</p> | 3 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 1<br>Ε 260 | 1<br>151 |  |  | X 1<br>Ε 68<br>ΕΕ 24 |

|  |  |   |   |                     |        |               |           |  |  |                      |
|--|--|---|---|---------------------|--------|---------------|-----------|--|--|----------------------|
|  | STROBE, W.,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΠΑΠΑΖΗΣΗ<br>ΑΕΒΕ, 1η<br>έκδ./2007,<br>ΑΘΗΝΑ   |   |   |                     |        |               |           |  |  |                      |
| ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ<br>ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | Ειδησεογραφία<br>και Ρεπορτάζ,<br>Rich Carole,<br>Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, 2η έκδ./2006,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>Business<br>Communication:<br>Building Critical<br>Skills, Locker,<br>Επίκεντρο,<br>1/2013, ΑΘΗΝΑ<br><br>Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ<br>ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ<br>Σ ΚΑΙ Η ΤΕΧΝΗ<br>ΤΟΥ ΡΕΠΟΡΤΑΖ:<br>Δημοσιογραφικά<br>Συνκείμενα,<br>ΕΞΑΡΧΟΣ<br>ΓΕΩΡΓΙΟΣ,<br>ΕΡΩΔΙΟΣ, 1/2008<br><br>Εισαγωγή στο<br>τηλεοπτικό<br>ρεπορτάζ, Ivor<br>Yorke, Πλέθρον,<br>1/2008 | 4 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 1<br>E 237  | 1<br>157  |  |  | X 1<br>E 59<br>EE 16 |
| ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ<br>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ        | Η κοινωνιολογική<br>έρευνα, Νότα<br>Κυριαζή, ΠΕΔΙΟ<br>Α.Ε., 1Η/2011,<br>ΑΘΗΝΑ,<br><br>Ποιοτικές<br>Μέθοδοι Έρευνας<br>και<br>Επιστημολογία<br>των Κοινωνικών<br>Επιστημών,<br>Ιωσηφίδης<br>Θεόδωρος,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.<br>ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ<br>Α.Ε, 1η έκδ./2017,   | 4 | 5 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 16<br>E 195 | 15<br>134 |  |  | X 9<br>E 56<br>EE 22 |

|  |  |   |   |                  |             |               |           |  |  |                     |
|--|--|---|---|------------------|-------------|---------------|-----------|--|--|---------------------|
|  | ΑΘΗΝΑ<br>Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα, Earl Babbie, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ, 2011  |   |   |                  |             |               |           |  |  |                     |
| ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ-ΧΡΗΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ | ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ, Σιώμος Γεώργιος Ι., ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ, 1η έκδ./2016, ΑΘΗΝΑ<br><br>Συμπεριφορά Καταναλωτή, Solomon M., ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε., 11η/2015<br><br>ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ, DAVE CHAFFEY, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X 2<br>E 270  | 2<br>181  |  |  | X 2<br>E 55<br>EE 7 |
| ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ                     | ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ, ΔΕΛΗΓΚΙΑΟΥΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ, ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ, 1η έκδ. 2011, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<br><br>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, BRIAN McNAIR, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ   | 4 | 5 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ      | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 278<br>E 41 | 156<br>15 |  |  | X72<br>E 4<br>EE 23 |



|                                       |  |   |   |                  |        |               |          |  |                     |
|---------------------------------------|--|---|---|------------------|--------|---------------|----------|--|---------------------|
|                                       | <p>ΑΕΒΕ, 6η έκδ./2011, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Η Πολιτική Επικοινωνία, Gerstlé Jacques, εκδ. Τυπωθήτω-Γ. Δαρδάνος, 2014</p>   |   |   |                  |        |               |          |  |                     |
| ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Ε | <p>Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα</p> <p>Μάθετε HTML 5, CSS και JavaScript Όλα σε Ένα, Julie C. (2013) Meloni, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 2η έκδ./2015, ΑΘΗΝΑ</p>  | 2 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 194<br>E 11 | 125<br>2 |  | X94<br>E 2<br>EE 16 |
| ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ-Θ | <p>Πλήρες Εγχειρίδιο της HTML 5 &amp; CSS, 7η Έκδοση/2016, Colburn Rafe, Jennifer Kyrnin, Laura Lemay, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Μάθετε HTML 5, CSS και JavaScript Όλα σε Ένα, Julie C. (2013) Meloni, X. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 2η έκδ./2015, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Προγραμματισμός Στατικών και Δυναμικών Ιστοσελίδων, Καράκος Αλέξανδρος, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.</p> | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X196<br>E 14  | 125<br>3 |  | X95<br>E 0<br>EE 26 |

|                              |  |   |   |                     |        |               |           |  |  |                      |
|------------------------------|--|---|---|---------------------|--------|---------------|-----------|--|--|----------------------|
|                              | ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ<br>Α.Ε., 3η<br>Έκδοση/2016,<br>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ   |   |   |                     |        |               |           |  |  |                      |
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Ε | Σημειώσεις<br>καθηγητή   | 2 | 6 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X169<br>E 11  | 130<br>3  |  |  | X 104<br>E 3<br>EE 9 |
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ-Θ | Κάμερα Φως και<br>Εικόνα στην<br>Ψηφιακή<br>Οπτικοακουστική<br>Καταγραφή,<br>Σκοπετέας<br>Ιωάννης,<br>Εκδοτικός Όμιλος<br>ΙΩΝ, 1η έκδ./2016<br><br>ΕΦΟΔΙΟ ΓΙΑ<br>ΝΕΟΥΣ<br>ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡΙΣ<br>ΤΕΣ,<br>ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ<br>ΚΑΡΑΚΑΣΗΣ,<br>ΧΡΗΣΤΟΣ<br>ΓΟΥΣΙΟΣ,<br>ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ<br>ΚΕΦΑΛΑΣ,<br>Ελληνικά<br>Ακαδημαϊκά<br>Ηλεκτρονικά<br>Συγγράμματα και<br>Βοηθήματα -<br>Αποθετήριο<br>"Κάλλιπος",<br>1Η/2016<br><br>Adobe Premiere<br>Pro CS6 Βήμα<br>προς Βήμα,<br>Adobe Creative<br>Team, Χ.<br>ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, 1η Εκδ./2013,<br>ΑΘΗΝΑ | 3 | 6 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 170<br>E 19 | 128<br>8  |  |  | X75<br>E 3<br>EE 21  |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ             | ΔΗΜΟΣΙΕΣ<br>ΣΧΕΣΕΙΣ,<br>Αρναούτογλου<br>Ελευθερία,<br>ROSILI<br>ΕΜΠΟΡΙΚΗ -   | 5 | 7 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 280<br>E 44 | 186<br>18 |  |  | X29<br>E 7<br>EE 20  |

|           |  |   |   |                     |        |               |           |  |  |                     |
|-----------|--|---|---|---------------------|--------|---------------|-----------|--|--|---------------------|
|           | <p>ΕΚΔΟΤΙΚΗ<br/>Μ.ΕΠΕ, 2014,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>Δημόσιες σχέσεις<br/>- Μελέτες<br/>Περιπτώσεων,<br/>Hendrix Jerry,<br/>Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ &amp; ΣΙΑ<br/>ΕΕ, 1η έκδ./2008,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΔΗΜΟΣΙΕΣ<br/>ΣΧΕΣΕΙΣ, ΜΑΝΤΩ<br/>Ι. ΞΥΓΓΗ,<br/>"Εκδόσεις<br/>ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ"<br/>ΚΙΜΕΡΗΣ Κ.<br/>ΘΩΜΑΣ, Α<br/>έκδοση/2012,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>Δημόσιες Σχέσεις<br/>Θεωρία και<br/>πρακτική της<br/>επαγγελματικής<br/>επικοινωνίας,<br/>Αλβανός<br/>Ραυμόνδος,<br/>ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ,<br/>2016,<br/>Θεσσαλονίκη</p> |   |   |                     |        |               |           |  |  |                     |
| ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ | <p>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.<br/>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ,<br/>ΑΝΑΠΤΥΞΗ,<br/>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙ<br/>ΚΟΤΗΤΑ (5η<br/>έκδοση),<br/>ΓΙΩΡΓΟΣ Χ.<br/>ΖΩΤΟΣ,<br/>University Studio<br/>Press Α.Ε., 5η<br/>έκδ./2008,<br/>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>Διαφήμιση και<br/>Πρώθηση,<br/>Belch G. - Belch<br/>M., ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.<br/>ΤΖΙΟΛΑ &amp; ΥΙΟΙ</p>  | 5 | 7 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 183<br>E 37 | 105<br>14 |  |  | X51<br>E 0<br>EE 22 |

|  |  |   |   |                     |        |              |          |  |  |                      |
|--|--|---|---|---------------------|--------|--------------|----------|--|--|----------------------|
|  | Α.Ε., 8η<br>έκδοση/2010  |   |   |                     |        |              |          |  |  |                      |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ<br>ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ | Εταιρική Εικόνα,<br>Παπατριανταφύλ<br>λου Γεώργιος,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ,<br>1η έκδ./2011,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>ΕΤΑΙΡΙΚΗ<br>ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ<br>ΕΤΑΙΡΙΚΗ<br>ΕΙΚΟΝΑ, ΜΗΛΙΟΣ<br>ΑΝΔΡΕΑΣ,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΣΤΑΜΟΥΛΗ Α.Ε.,<br>1η έκδ./2006,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>Διοίκηση<br>Μάρκας, J N<br>KARFERER, Ειρήν<br>η Ρηγοπούλου,<br>ROSILI<br>ΕΜΠΟΡΙΚΗ -<br>ΕΚΔΟΤΙΚΗ<br>Μ.ΕΠΕ, 1/2012,<br>ΑΘΗΝΑ | 2 | 3 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 5<br>Ε 196 | 5<br>112 |  |  | X 5<br>Ε 26<br>ΕΕ 4  |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Ε                  | Σημειώσεις<br>Καθηγητών<br><br>Adobe Flash CS6<br>Professional<br>Βήμα προς Βήμα,<br>Adobe Creative<br>Team (2013) , Χ.<br>ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, ΑΘΗΝΑ   | 2 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 1<br>Ε 164 | 1<br>119 |  |  | X 1<br>Ε 92<br>ΕΕ 10 |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΚΙΝΟΥΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ -Θ                  | Adobe Flash CS6<br>Professional<br>Βήμα προς Βήμα,<br>Adobe Creative<br>Team, Χ.<br>ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, 1η Εκδ./2013,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>Animation,<br>Γιάννης  | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 1<br>Ε 139 | 1<br>98  |  |  | X1<br>Ε 95<br>ΕΕ 6   |

|                              |   |   |   |                     |             |               |          |  |  |                      |
|------------------------------|---|---|---|---------------------|-------------|---------------|----------|--|--|----------------------|
|                              | Βασιλειάδης,<br>ΙΩΑΝΝΗΣ<br>ΣΟΛΔΑΤΟΣ,<br>1η/2006<br><br>Adobe After<br>Effects CS6 Βήμα<br>προς Βήμα,<br>Adobe Creative<br>Team, X.<br>ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, 1η Εκδ./2013,<br>ΑΘΗΝΑ  |   |   |                     |             |               |          |  |  |                      |
| ΘΕΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ε.Ε.  | ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ<br>ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ<br>ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ<br>ΣΙΣΚΟΣ<br>ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ, Σ.<br>ΠΑΤΑΚΗΣ<br>ΑΝΩΝΥΜΗ<br>ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ<br>ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΚΑΙ<br>ΔΙΑΝΕΜΗΤΙΚΗ<br>ΕΤΑΙΡΕΙΑ, 1η<br>έκδ./2017,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>Ευρωπαϊκή<br>Ένωση:δίκαιο-<br>οικονομία-<br>πολιτική, Μούσης<br>Νίκος Σ.,<br>Παπαζήσης, 15η<br>ενημερωμένη<br>έκδ./2015,<br>ΑΘΗΝΑ | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X 1<br>E 156  | 1<br>98  |  |  | X 1<br>E 46<br>EE 7  |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ | ΔΗΜΟΣΙΕΣ<br>ΣΧΕΣΕΙΣ:<br>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ<br>ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ,<br>Wilcox<br>D.,Cameron Gl.,<br>ΜΑΡΙΑ ΠΑΡΙΚΟΥ<br>& ΣΙΑ ΕΠΕ,<br>10/2014<br><br>Δημόσιες<br>Σχέσεις: Η<br>λειτουργία της<br>επικοινωνίας   | 4 | 5 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ         | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 20<br>E 151 | 20<br>75 |  |  | X15<br>E 35<br>EE 20 |

|                                  |   |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
|----------------------------------|---|---|---|------------------|--------|--------------|----------|--|--|----------------------|
|                                  | <p>στους σύγχρονους οργανισμούς, ΠΑΠΑΛΕΞΑΝΔΡΗ ΝΑΝΣΥ, ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ, ΕΥΓΕΝΙΑ ΣΩΤ. ΜΠΕΝΟΥ, 2014</p> <p>Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Πράξη, Κουτούπης Π.Θαλής, Σάκκουλας Ε.Ε., 2016</p>   |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Ε | Σημειώσεις καθηγητή   | 2 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | Ε 136        | 101      |  |  | Ε 84<br>ΕΕ 6         |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ-Θ | <p>ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ, Αθηνά Βακάλη, Ζαχαρούλα Παπαμήτσιου, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ, 1η/2012, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΜΑΘΕΤΕ ΤΟ WORDPRESS 4.X, Γιώργος Μπίκας, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 1/2015</p> <p>Facebook, blogs και δικαιώματα, Μήτρου Λ., Πισκοπάνη Μ.Α., Τάσσης Σ., Καρύδα Μ., Κοκολάκης Σ., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΑΚΚΟΥΛΑ ΑΕ, 1/2013</p> | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 1<br>Ε 141 | 1<br>106 |  |  | X 1<br>Ε 101<br>ΕΕ 5 |

|   |   |   |   |                     |        |              |           |  |  |                      |
|---|---|---|---|---------------------|--------|--------------|-----------|--|--|----------------------|
|   | ΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑ<br>ΜΑΣ,<br>ΒΟΥΤΣΚΟΓΛΟΥ<br>ΕΙΡΗΝΗ,<br>ΔΙΣΙΓΜΑ, 1η /<br>2016   |   |   |                     |        |              |           |  |  |                      |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ<br>ΥΠΕΡΕΘΝΙΚΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ | Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ<br>ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΗ<br>ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΩΝ<br>ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ,<br>Χρήστος<br>Φραγκονικολόπο<br>υλος, ΑΝΔΡΕΑΣ<br>ΣΙΔΕΡΗΣ-<br>ΙΩΑΝΝΗΣ<br>ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ<br>Ο.Ε., Α' /2007,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>Οικονομικές και<br>πολιτικές<br>συγκρούσεις σε<br>συγκριτική<br>προοπτική,<br>Berclaz<br>Julie, Giugni<br>Marco, Steinberg<br>Marc<br>W., Broadbent<br>Jeffrey, Rucht<br>Dieter, Aya<br>Rod, Klaus<br>Eder, Glenn John<br>K., Tilly Chris,<br>Εκδόσεις<br>Επίκεντρο Α.Ε.,<br>1η έκδ./2008,<br>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<br><br>Η διπλωματία της<br>κοινωνίας των<br>πολιτών,<br>Χουλιάρας<br>Αστέρης, Σκλιάς<br>Παντελής,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΠΑΠΑΖΗΣΗ<br>ΑΕΒΕ, 2η<br>έκδ./2002,<br>ΑΘΗΝΑ | 5 | 7 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X15<br>E 201 | 15<br>127 |  |  | X14<br>E 51<br>EE 17 |

|                    |  |   |   |                  |        |               |         |  |  |                     |
|--------------------|--|---|---|------------------|--------|---------------|---------|--|--|---------------------|
|                    | Οι Διεθνείς Οργανισμοί του Ευρύτερου Ευρωπαϊκού Χώρου, Κ. Μαγκλιβέρας, Μπάμπαλης Μονοπρόσωπη ΕΠΕ, 1η/2011, ΑΘΗΝΑ   |   |   |                  |        |               |         |  |  |                     |
| ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ Ι | <p>BUSINESS ENGLISH FOR ACADEMIC PURPOSES, ΚΑΝΤΑΡΙΔΟΥ ΖΩΗ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΙΡΙΣ, ΣΤΕΦΑΝΟΥ ΠΟΛΥΞΕΝΗ, Ε.&amp;Δ.ΑΝΙΚΟΥΛΑ-Ι.ΑΛΕΞΙΚΟΣ ΟΕ, Α' ΕΚΔΟΣΗ/2008, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>BUSINESS ENGLISH: FIRST STEPS AT WORK, ΤΣΙΟΓΚΑ ΧΑΡΟΥΛΑ, ΧΑΤΖΗΣΤΕΡΓΙΑΔΟΥ ΑΝΘΗ, Μούργκος Ιωάννης, 1/2016, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>English for World Politics and International Relations, D. V. Gabriel, ΑΝΤΩΝΑΚΟΠΟΥ ΛΟΥ ΕΛΕΝΗ, 1/2013</p> | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 140<br>E 13 | 96<br>0 |  |  | X65<br>E 0<br>EE 13 |



|   |  |   |   |                  |             |               |           |  |  |                       |
|---|--|---|---|------------------|-------------|---------------|-----------|--|--|-----------------------|
| ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ, ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <p>ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΜΜΕ, ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ ΓΙΑΝΝΗΣ, ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ, 1//2012</p> <p>Δίκαιο και Επικοινωνία στα Ιστολόγια (Blogs) και στα Νέα Μέσα. Νομικά Ζητήματα, Ηθική Δεοντολογία της δημοσιογραφίας των πολιτών, Δεληγιάννη, Ελσα, ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ, 2012</p> <p>Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας – Δίκαιο της Πληροφόρησης, Κική Γιάννα Π., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΑΚΚΟΥΛΑ ΕΕ, 2η/2013, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> | 3 | 4 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ      | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X167<br>E 19  | 103<br>4  |  |  | X 60<br>E 2<br>EE 28  |
| ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Ε                                   | Σημειώσεις καθηγητή  | 2 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X 178<br>E 37 | 125<br>8  |  |  | X 91<br>E 7<br>EE 12  |
| ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ-Θ                                   | <p>Έρευνα Αγοράς, Σιώμκος, Γ. και Μαύρος, Δ, ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ, 2015, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΜΕ ΤΟ SPSS, ΣΥΜΕΩΝΑΚΗ ΜΑΡΙΑ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ:</p>   | 3 | 5 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X189<br>E 52  | 124<br>22 |  |  | X 64<br>E 11<br>EE 22 |

|   |  |   |   |             |             |              |           |  |  |                     |
|---|--|---|---|-------------|-------------|--------------|-----------|--|--|---------------------|
|   | <p>"σοφία"<br/>Ανώνυμη<br/>Εκδοτική &amp;<br/>Εμπορική<br/>Εταιρεία, 2015</p> <p>Ανάλυση<br/>δεδομένων με το<br/>IBM SPSS<br/>STATISTICS 21,<br/>Γναρδέλλης Χ.,<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ:<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br/>ΠΑΠΑΖΗΣΗ<br/>ΑΕΒΕ, 2013</p> <p>Μεθοδολογία<br/>έρευνας και<br/>εισαγωγή στη<br/>Στατιστική<br/>Ανάλυση<br/>Δεδομένων με το<br/>IBM SPSS<br/>STATISTICS,<br/>ΜΙΛΤΙΑΔΗΣ<br/>ΧΑΛΙΚΙΑΣ,<br/>Ελληνικά<br/>Ακαδημαϊκά<br/>Ηλεκτρονικά<br/>Συγγράμματα και<br/>Βοηθήματα -<br/>Αποθετήριο<br/>"Κάλλιπος", 2016</p> |   |   |             |             |              |           |  |  |                     |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ<br>ΚΑΙ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ | <p>ΤΑ ΜΕΣΑ<br/>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ<br/>ΣΤΟΝ<br/>ΑΙΩΝΑ,<br/>ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠ<br/>ΟΥΛΟΣ Σ<br/>ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ,<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br/>ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ,<br/>2011, ΑΘΗΝΑ,</p> <p>Πολιτιστική<br/>επικοινωνία,<br/>Μπαντιμαρούδης<br/>Φιλήμων,<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br/>ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ, 1η<br/>έκδ./2011</p>   | 4 | 6 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X175<br>E 26 | 114<br>12 |  |  | X70<br>E 5<br>EE 15 |

|                                   |  |   |   |             |             |               |          |  |  |                      |
|-----------------------------------|--|---|---|-------------|-------------|---------------|----------|--|--|----------------------|
|                                   | <p>Event Marketing,<br/>SIGRUN ERBER,<br/>Εκδόσεις<br/>Προπομπός,<br/>Α/2009, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ<br/>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ<br/>ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ<br/>ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ<br/>(EVENT<br/>MARKETING<br/>MANAGEMENT),<br/>ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ<br/>ΧΡΗΣΤΟΣ,<br/>Εκδόσεις<br/>Πανεπιστημίου<br/>Μακεδονίας,<br/>1η/2014,<br/>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p>   |   |   |             |             |               |          |  |  |                      |
| ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ | <p>ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ<br/>ΚΡΙΣΕΩΝ :<br/>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙ<br/>ΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ<br/>ΓΙΑ<br/>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ<br/>ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ,<br/>HEALTH,<br/>ROBERT MET.<br/>ΣΩΤΗΡΙΟΥ<br/>ΒΑΣΙΛΙΚΗ, ΕΠΙΣΤ.<br/>ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ<br/>ΓΚΑΤΖΙΑΣ<br/>ΓΙΩΡΓΟΣ, Α.<br/>ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ<br/>ΟΕ, 1η έκδ./2004,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>Ολοκληρωμένο<br/>σύστημα<br/>διαχείρισης<br/>κρίσεων και<br/>ανθρώπινος<br/>παράγοντας,<br/>Φιλολία Αργυρώ,<br/>Παπαγεωργίου<br/>Ηλίας Β.,<br/>Στεφανάτος<br/>Στέλιος, ΝΟΜΙΚΗ<br/>ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ<br/>ΑΕΒΕ, 1η</p> | 5 | 7 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 157<br>E 32 | 99<br>11 |  |  | X 46<br>E 7<br>EE 11 |

|   |  |   |   |                     |        |               |          |  |  |                      |
|---|--|---|---|---------------------|--------|---------------|----------|--|--|----------------------|
|   | εκδ./2005,<br>ΑΘΗΝΑ  |   |   |                     |        |               |          |  |  |                      |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Ε                 |  | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X4<br>E1      | 0<br>0   |  |  | X.0<br>E 0<br>EE 0   |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-Θ                 |  | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.12<br>E 1   | 0<br>0   |  |  | X.0<br>E.0<br>EE 0   |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ<br>ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Ε | Σημειώσεις<br>καθηγητή   | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.153<br>E 7  | 114<br>1 |  |  | X103<br>E 1<br>EE 5  |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ<br>ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ-Θ | Adobe InDesign<br>CS6 Βήμα προς<br>Βήμα, Adobe<br>Creative Team, X.<br>ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ<br>ΕΕ, 1η Εκδ./2013,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>INDESIGN CS4<br>ΜΕ ΕΙΚΟΝΕΣ -<br>ΜΕΡΟΣ Ι:<br>ΕΙΣΑΓΩΓΗ,<br>SANDEE COHEN,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΕ, 1η/2009,<br>ΑΘΗΝΑ<br><br>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ<br>QUARKXPRESS 6<br>ΓΙΑ WINDOWS &<br>MACINTOSH ΜΕ<br>ΕΙΚΟΝΕΣ,<br>ELAINE<br>WEINMANN,<br>PETER<br>LOUREKAS,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br>ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΕ, 1η/2005,<br>ΑΘΗΝΑ | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X.127<br>E 12 | 96<br>4  |  |  | X.93<br>E .4<br>EE 5 |

|                                    |  |   |   |                  |        |             |         |  |  |                    |
|------------------------------------|--|---|---|------------------|--------|-------------|---------|--|--|--------------------|
| ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-Ε | Σημειώσεις καθηγητή<br><br>Οδηγός του Autodesk 3ds Max 2011, Randi L. Derakshani, Dariush Derakshani, 2011, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ   | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | Χ 2<br>Ε 2  | 0<br>0  |  |  | Χ0<br>Ε 0<br>ΕΕ 0  |
| ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ-Θ | ΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ,<br>ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΟΥΣΤΑΚΑΣ,<br>ΙΩΑΝΝΗΣ ΠΑΛΙΟΚΑΣ,<br>ΔΗΗΜΤΡΙΟΣ ΤΖΟΒΑΡΑΣ,<br>ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΤΣΑΚΙΡΗΣ,<br>Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 1η/2016<br><br>Οδηγός του Autodesk 3ds Max 2011, Randi L. Derakshani, Dariush Derakshani, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ, 1η έκδ./2011, ΑΘΗΝΑ<br><br>Οδηγός του Maya 2009, Derakhshani Dariush, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ, 1/2010, ΑΘΗΝΑ | 2 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | Χ62<br>Ε 10 | 28<br>0 |  |  | Χ25<br>Ε 0<br>ΕΕ 5 |

|   |  |   |   |                  |             |               |           |  |  |                      |
|---|--|---|---|------------------|-------------|---------------|-----------|--|--|----------------------|
| ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΙΙ                             | English for Academic and Professional Purposes, Τόμπρου Χρυσούλα, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ, 1η έκδ./2002, ΑΘΗΝΑ<br><br>SUCCESS AT WORK, ΤΣΙΟΓΚΑ ΧΑΡΟΥΛΑ, ΧΑΤΖΗΣΤΕΡΓΙΑΔΟΥ ΑΝΘΗ, Μούργκος Ιωάννης, 1/2005, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<br><br>Integrating Technical & Academic Writing into your English Course, Ε.ΠΑΝΟΥΡΓΙΑ, Ευμορφία Πανουργιά, 2/2015 | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X62<br>E 109  | 28<br>78  |  |  | X25<br>E 58<br>EE 6  |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Ε | Σημειώσεις καθηγητή  | 3 | 8 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ      | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 1<br>E 123  | 1<br>109  |  |  | X 1<br>E 107<br>EE 2 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-Θ | Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ, Βλαχοπούλου Μάρω ,Δημητριάδης Σέργιος, Εκδοτικός Οίκος Rosili, 1Η/2013, ΑΘΗΝΑ<br><br>SOCIAL MEDIA MARKETING: Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Tracy L. Tuten, Michael   | 5 | 8 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ      | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 15<br>E 151 | 15<br>119 |  |  | X 8<br>E 67<br>EE 35 |

|                           |  |   |   |             |             |               |           |  |  |                      |
|---------------------------|--|---|---|-------------|-------------|---------------|-----------|--|--|----------------------|
|                           | <p>R. Solomon, ΔΙΑΥΛΟΣ Α.Ε, 2η/2016, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Ανδρονίκη Κάβουρα, Εκδόσεις ΔΙΟΝΙΚΟΣ, 2016,</p> <p>E-MARKETING-MARKETINGΚ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΣΙΩΜΚΟΣ Γ.-ΤΣΙΑΜΗΣ Ι., ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ, 2015</p> <p>ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ, DAVE CHAFFEY, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 2016</p> |   |   |             |             |               |           |  |  |                      |
| ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Ε | Σημειώσεις καθηγητή, Βιντεομαθήματα  | 2 | 8 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X0<br>E 120   | 0<br>106  |  |  | X0<br>E 102<br>EE 1  |
| ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-Θ | Επικοινωνία ανθρώπου - υπολογιστή, 3η Έκδοση, Dix Alan J.,Finlay Janet E.,Abowd Gregory D.,Beale Russell, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ & ΣΙΑ ΕΕ, 3η έκδ./2007, ΑΘΗΝΑ  | 5 | 8 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 10<br>E 135 | 10<br>114 |  |  | X 9<br>E 70<br>EE 12 |

|   |  |   |   |                  |        |             |         |  |  |                   |
|---|--|---|---|------------------|--------|-------------|---------|--|--|-------------------|
|   | <p>Εισαγωγή στην αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή, Αβούρης, Νικόλαος, Κατσάνος, Χρήστος, Τσέλιος, Νικόλαος, Μουστάκας, Κωνσταντίνος, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 2016</p> <p>Σχεδίαση Διαδραστικότητα ς 4η Έκδοση, Preece Jennifer, Rogers Yvonne, Sharp Helen, Χ. ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 4η Έκδ/2016, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΝΘΡΩΠΟΥ - ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ: ΑΡΧΕΣ, ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΟΥΤΣΑΜΠΑΣΗΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ, 1η/2011, ΑΘΗΝΑ</p> |   |   |                  |        |             |         |  |  |                   |
| ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | <p>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ &amp; ΚΟΙΝΩΝΙΑ, Ιωάννης Σ. Κουμπούρος, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 1η/2011, ΑΘΗΝΑ</p>   | 3 | 6 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 3<br>E 79 | 3<br>53 |  |  | X3<br>E53<br>EE 4 |



|                              |  |   |   |                  |        |             |          |  |  |                      |
|------------------------------|--|---|---|------------------|--------|-------------|----------|--|--|----------------------|
|                              | <p>Συnergατικό Διαδίκτυο και Κοινωνία, Συλλογικό (Επιστ.επιμ.: Αποστολάκης Ι.), ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ, 1η έκδ./2011, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2014: Επιχειρήσεις, Τεχνολογία, Κοινωνία, Laudon K., Traver C., Παπασωτηρίου, 2014, ΑΘΗΝΑ</p> |   |   |                  |        |             |          |  |  |                      |
| ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ | <p>ΕΘΝΟΣ, ΕΘΝΙΚΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗ, ΜΙΧΑΗΛ ΔΟΜΝΑ, ΙΩΑΝΝΗΣ ΑΡΧ. ΧΑΡΠΑΝΤΙΔΗΣ, 4η ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΗ/2015, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>Διαπολιτισμική Ευρώπη, Jagdish Gundara, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΕΔΙΟ Α.Ε, 1/2012,</p>  | 3 | 6 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X19<br>E 72 | 19<br>30 |  |  | X 10<br>E 21<br>EE 6 |
| ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΑ Μ.Μ.Ε.         | <p>Δημόσιες σχέσεις - Μελέτες Περιπτώσεων, Hendrix Jerry, Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 2008, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Από την τηλεόραση στα</p>   | 3 | 6 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | E 66        | 33       |  |  | E28<br>EE 0          |

|  |   |   |   |                     |        |             |         |  |  |                     |
|--|---|---|---|---------------------|--------|-------------|---------|--|--|---------------------|
|  | Νέα Μέσα<br>Επικοινωνίας και<br>Ελληνική<br>Κοινωνία,<br>Συλλογικό,<br>Εκδόσεις<br>Παπαζήση, 2014,<br>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ   |   |   |                     |        |             |         |  |  |                     |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ               | Εισαγωγή στην<br>ηλεκτρονική<br>διακυβέρνηση,<br>Πομπόρτσος<br>Ανδρέας,<br>ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.<br>ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ<br>Α.Ε., 1/2006,<br>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ<br><br>ε - Οικονομία-<br>Εμπόριο-<br>Μάρκετινγκ-<br>Διακυβέρνηση,<br>Γεωργιάδου Ε.,<br>Τριανταφύλλου<br>Ευ., Οικονομίδης<br>Αν., ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.<br>ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ<br>Α.Ε., 1/2010,<br>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 4<br>E 84 | 4<br>45 |  |  | X 4<br>E 26<br>EE 5 |
| ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ<br>ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ | Η Τεχνολογία<br>στην Υπηρεσία<br>της Πολιτισμικής<br>Κληρονομιάς, Α.<br>Μπούνια, Ν.<br>Νικονάνου, Μ.<br>Οικονόμου,<br>ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ Κ.<br>ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗ &<br>ΣΙΑ ΟΕ, 1/2008<br><br>Ψηφιακές<br>εφαρμογές σε<br>Μουσειακά<br>περιβάλλοντα,<br>Μαίρη<br>Καμπουροπούλο<br>υ, Ιωάννα<br>Ευσταθίου, Κ.<br>ΜΠΑΜΠΑΛΗΣ<br>ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ<br>ΕΠΕ, 1/2014 | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | E 88        | 58      |  |  | E 30<br>EE 12       |

|               |   |   |   |                  |        |   |  |  |  |         |
|---------------|---|---|---|------------------|--------|---|--|--|--|---------|
|               | <p>Νέες τεχνολογίες στις αρχαιογνωστικές επιστήμες, Λυριτζής Ιωάννης (επιμ.), Γ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ - Κ. ΔΑΡΔΑΝΟΣ Ο.Ε., 1η έκδ./2008, ΑΘΗΝΑ</p>   |   |   |                  |        |   |  |  |  |         |
| ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΗ | <p>Ψηφιακά μέσα στις οπτικοακουστικές τέχνες, ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΟΛΟΚΥΘΑΣ, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 1η/2016</p> <p>Η τέχνη στην εποχή των μέσων μαζικής επικοινωνίας, Walker John, Επιμ. Μπαλιτζής Αλέξανδρος, Μτφ. Παπαβασιλείου Χαϊδώ, Φυλακτάκη Πένυ, University Studio Press Α.Ε., 1η έκδ./2010, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> <p>ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΜΕΣΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΙΣ ΤΕΧΝΕΣ, Γιάννης Δεληγιάννης, FAGOTTO BOOKS, 1/2007</p> <p>ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙ</p> | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | E |  |  |  | E<br>EE |

|                                       |  |   |   |             |             |               |           |  |  |                      |
|---------------------------------------|--|---|---|-------------|-------------|---------------|-----------|--|--|----------------------|
|                                       | Α, ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΑΚΟ Σ, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 1η έκδ./2016  |   |   |             |             |               |           |  |  |                      |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ | <p>Εταιρική Επικοινωνία: Οδηγός Θεωρίας και Πρακτικής, Joep Cornelissen, ΔΙΑΥΛΟΣ Α.Ε. ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ, 2016</p> <p>Αποτελεσματική Διαφήμιση: Πως σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες επικοινωνιακές καμπάνιες, C. Arens, W.Arens, M.Weigold, D.Scheafer, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ,</p> <p>Δημόσιες σχέσεις - Μελέτες Περιπτώσεων, Hendrix Jerry, Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ &amp; ΣΙΑ ΕΕ, 2008</p> <p>Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων: Στρατηγική και Εκτέλεση, Παπατριανταφύλου Γιώργος, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ, 2008, ΑΘΗΝΑ</p> | 4 | 5 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 175<br>E 49 | 106<br>25 |  |  | X 43<br>E 8<br>EE 17 |

|  |   |   |   |                     |             |               |           |  |  |                       |
|--|---|---|---|---------------------|-------------|---------------|-----------|--|--|-----------------------|
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ                 | <p>Δημόσια<br/>Διπλωματία και<br/>Στρατηγική<br/>Επικοινωνία,<br/>Ραγιές Ι.,<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br/>ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ,<br/>2014, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Ηπια Ισχύς, Νγε,<br/>Εκδόσεις<br/>Παπαζήση, 2005,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΤΑ ΜΕΣΑ<br/>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ<br/>ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ,<br/>ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠ<br/>ΟΥΛΟΣ Σ<br/>ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ,<br/>ΕΚΔΟΣΕΙΣ<br/>ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ,<br/>2011, ΑΘΗΝΑ</p> | 5 | 7 | ΕΙΔΙΚΗΣ<br>ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ      | X173<br>E 51  | 108<br>19 |  |  | X73<br>E 10<br>EE 11  |
| ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ<br>ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Ε | Σημειώσεις<br>καθηγητών   | 2 | 7 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ         | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 145<br>E 13 | 111<br>2  |  |  | X 104<br>E 2<br>EE 3  |
| ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ<br>ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ-Θ | <p>Πολυμέσα<br/>Αναλυτικός<br/>Οδηγός, 8η<br/>Έκδοση, Tay<br/>Vaughan, X.<br/>ΓΚΙΟΥΡΔΑ &amp; ΣΙΑ<br/>ΕΕ, 8η Έκδ./2012,<br/>ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΠΟΛΥΜΕΣΑ,<br/>ΦΩΤΙΟΣ<br/>ΛΑΖΑΡΙΝΗΣ,<br/>Ελληνικά<br/>Ακαδημαϊκά<br/>Ηλεκτρονικά</p>   | 4 | 7 | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ         | ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ | X 229<br>E 72 | 155<br>32 |  |  | X 67<br>E 22<br>EE 17 |

|                          |  |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
|--------------------------|--|---|---|------------------|--------|--------------|----------|--|--|----------------------|
|                          | <p>Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 1η έκδ./2016</p> <p>Τεχνολογία Πολυμέσων, Χατζημίσος Περικλής, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ &amp; ΥΙΟΙ Α.Ε., 1η/2017</p> <p>ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ, ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα - Αποθετήριο "Κάλλιπος", 1η/2016</p> |   |   |                  |        |              |          |  |  |                      |
| ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Ε | Σημειώσεις Διδάσκοντα  | 4 | 7 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 120<br>E 1 | 105<br>0 |  |  | X 105<br>E 0         |
| ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΩΝ-Θ | <p>Εισαγωγή στη Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Επιστημονικών Εργασιών, Χαλικιάς Μιλτιάδης, Σαμαντά Ειρήνη, Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε., 2016</p> <p>Μεθοδολογία συγγραφής πτυχιακών εργασιών και επιστημονικών</p>   | 2 | 7 | ΕΙΔΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 125<br>E 5 | 97<br>2  |  |  | X 85<br>E 2<br>EE 11 |

|                              |  |   |   |                  |        |              |        |  |  |                    |
|------------------------------|--|---|---|------------------|--------|--------------|--------|--|--|--------------------|
|                              | <p>μελετών, Ντάνος Αναστάσιος, Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε., 2016</p> <p>Πως γίνεται μια επιστημονική εργασία, Ζαφειρόπουλος Κώστας, Εκδόσεις Κριτική, 2η/2015</p> <p>Μέθοδοι Εμπειρικής Κοινωνικής Έρευνας, Rainer Schnell, Paul Hill, Elke Esser, Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, 2014</p>         |   |   |                  |        |              |        |  |  |                    |
| Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ | <p>ΜΜΕ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ : ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΑΔΑ, ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΧΡΗΣΤΟΣ Α. ΦΡΑΓΚΟΝΙΚΟΛΟ ΠΟΥΛΟΣ, ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ &amp; ΣΙΑ Ο.Ε., Α' /2005, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Ταυτότητα και ΜΜΕ στη σύγχρονη Ελλάδα, Συλλογικό, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ, 2007, ΑΘΗΝΑ</p> | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 41<br>E 13 | 0<br>0 |  |  | X 0<br>E 0<br>EE 0 |

|                                      |  |   |   |                  |        |               |         |  |  |                    |
|--------------------------------------|--|---|---|------------------|--------|---------------|---------|--|--|--------------------|
|                                      | <p>ΕΚΛΟΓΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗ ΜΕΤΑΠΟΛΙΤΕΥΣΗ , ΒΑΜΒΑΚΑΣ ΒΑΣΙΛΗΣ, Α &amp; Σ ΣΑΒΒΑΛΑΣ Α.Ε., 2006, ΑΘΗΝΑ</p> <p>ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ, ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ, ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ, 2011, ΑΘΗΝΑ</p>   |   |   |                  |        |               |         |  |  |                    |
| ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ | <p>Οι προηγμένες τεχνολογίες διαδικτύου στην υπηρεσία της μάθησης, Ρετάλης Συμεών, Αβούρης Νικόλαος, Αναστασιάδης Παναγιώτης, κ.ά., ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Α. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗΣ ΑΕΒΕΔΕ, '2005, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Εισαγωγή στις εκπαιδευτικές εφαρμογές των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών , Βασίλης Ι. Κόμης , ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΜΟΝ. ΕΠΕ, '1/2004</p> <p>Εκπαιδευτική τεχνολογία για διδασκαλία και μάθηση, Newby Timothy J., Stepich Donald A., Lehman James</p> | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 141<br>E 16 | 75<br>5 |  |  | X 75<br>E5<br>EE 7 |



|                  |   |   |   |                  |        |              |         |  |  |                     |
|------------------|---|---|---|------------------|--------|--------------|---------|--|--|---------------------|
|                  | D.,Russel James D., Εκδόσεις Επίκεντρο Α.Ε., '1/2009  |   |   |                  |        |              |         |  |  |                     |
| ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ | <p>Η διπλωματία στο νέο Ψηφιακό Περιβάλλον, Βαρβαρούσης Π., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ ΑΕΒΕ, 1/2006, ΑΘΗΝΑ</p> <p>Μορφές και μέσα πολιτικής επικοινωνίας, Καϊτατζή-Γουιτλοκ Σοφία, University Studio Press Α.Ε., ' 1η έκδ./2010, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> | 3 | 4 | ΓΕΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ | ΚΟΡΜΟΥ | X 51<br>E 13 | 12<br>2 |  |  | X 10<br>E 0<br>EE 7 |

\* 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**

|                      | 2017-2018 |
|----------------------|-----------|
| Προπτυχιακοί         | 2501      |
| 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 Διεθνούς Εμπορίου.

**Πίνακας 0-2. Αριθμός εισακτέων στο Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

|                       | 2017-2018 |
|-----------------------|-----------|
| Εισαγωγικές εξετάσεις | 182       |
| Μετεγγραφές           | 18        |
| Πτυχιούχοι ΑΕΙ        | 7         |
| Άλλες κατηγορίες      | 7         |
| Σύνολο                | 214       |

– 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 |            |                             |        |
|----------------|------------|-----------------------------|--------|
|                | Πτυχιούχοι | Δεν έχουν αποφοιτήσει ακόμα | Σύνολο |
| 2014-2015      | 0          | 153                         | 153    |

Πίνακας Σ1

| Έτος Ορκωμοσίας | Έτος Εισαγωγής |           |           |           |           | Παλαιότερα Έτη (<=2008-2009) |
|-----------------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------------|
|                 | 2013-2014      | 2012-2013 | 2011-2012 | 2010-2011 | 2009-2010 |                              |
| 2017-2018       | 3              | 16        | 43        | 27        | 28        | 25                           |

Πίνακας Σ2

| Έτος εισαγωγής |                                    |   |  |   |
|----------------|------------------------------------|---|--|---|
|                | Κατέστησαν Πτυχιούχοι το 2017-2018 | Δεν έχουν αποφοιτήσει ακόμα (αφαιρούνται από τους εγγεγραμμένους όλοι οι διαγραφέντες και πτυχιούχοι) | Συνολικός Αριθμός Πτυχιούχων στο Έτος Εισαγωγής τους | Συνολικό Ποσοστό Πτυχιούχων στο Έτος Εισαγωγής τους |
| Πριν το 2006   | 4                                  | 700   | 944  | 57%   |
| 2006-2007      | 1                                  | 33  | 18   | 35%   |
| 2007-2008      | 5                                  | 138   | 161  | 54%   |
| 2008-2009      | 15                                 | 169   | 157  | 48%   |

|           |     |      |      |     |
|-----------|-----|------|------|-----|
| 2009-2010 | 28  | 173  | 152  | 47% |
| 2010-2011 | 27  | 207  | 140  | 40% |
| 2011-2012 | 43  | 187  | 96   | 34% |
| 2012-2013 | 16  | 150  | 27   | 15% |
| 2013-2014 | 3   | 119  | 4    | 3%  |
| 2014-2015 | 0   | 153  | 0    | 0%  |
| Σύνολα    | 142 | 2029 | 1699 | 46% |

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

| Έτος Αποφοίτησης | Κατανομή Βαθμών (%) |         |         |          | Μέσος όρος Βαθμολογίας<br>(Σύνολο απόφοιτων) |
|------------------|---------------------|---------|---------|----------|--|
|                  | 5.0-5.9             | 6.0-6.9 | 7.0-8.4 | 8.5-10.0 |  |
| 2017-2018        | 9                   | 108     | 24      | 1        | (142) 6,60                                   |
| Σύνολο           | 184                 | 1154    | 298     | 10       | (1646) 6,57                                  |

Πίνακας 0-5.1. Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών<sup>1)</sup>

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

<sup>1)</sup> Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ. Για τη στήλη «Αξιολόγηση από φοιτητή» ακολουθείστε τις οδηγίες του Πίνακα 7.1.1.

|  |   |   |  |             |     |    |
|--|---|---|--|-------------|-----|----|
| Public Relations and Marketing on the Web  | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | <a href="http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Public_Relations_and_Marketing_on_the_Web.pdf">http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Public_Relations_and_Marketing_on_the_Web.pdf</a>       | Λάππας Γ.  | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |
| Media Relations in a Digital Age           | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | <a href="http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Media_Relations_in_the_Digital_Age.pdf">http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/2/2-Media_Relations_in_the_Digital_Age.pdf</a>                     | Τριανταφυλλίδου Αμαλία                           | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |
| Information- and Tecnology-based Marketing | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | <a href="http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Information_and_Tecnology-based_Marketing_en.pdf">http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Information_and_Tecnology-based_Marketing_en.pdf</a> | Κλεφτοδήμος Α.<br>Δόσης Μ.<br>Παναγιωτόπουλος Δ. | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |
| Entry Strategies for International Markets | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | -   | Πιτόσκα Η.                                       | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |
| Interactive Business Applications Design   | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | <a href="http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Interactive_Business_Applications_Design.pdf">http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Interactive_Business_Applications_Design.pdf</a>         | Λάππας Γ.  | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |
| Management of Integrated Communications    | <a href="http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master">http://kastori.a.teikoζ.gr/prmarketing/master</a> | <a href="http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Management_of_Integrated_Communications__1_.pdf">http://ects.teiwm.gr/files/Master/PR/3/3-Management_of_Integrated_Communications__1_.pdf</a>   | Αντωνιάδης Ι.                                    | Υποχρεωτικό | Ναι | 13 |



Πίνακας 0-5.2 Μαθήματα Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών<sup>[2]</sup>

| 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)                               |                         |  |  |

<sup>2</sup> 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 Tegnology- 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]**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Τίτλος ΜΠΣ:</b> «Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ με Νέες Τεχνολογίες»* |           |
|   | 2017-2018 |
| 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.

<sup>3</sup> 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<br>(Σύνολο απόφοιτων) |
|                  | 5.0-5.9             | 6.0-6.9  | 7.0-8.4 | 8.5-10.0 |  |
| 2017-2018        |                     |  |         |          |  |
| 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.

<sup>4</sup> Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ΠΜΣ συμπληρώνεται ένας πίνακας ανά ΠΜΣ.

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

|   | 2017-2018 |
|---|-----------|
| Φοιτητές του Τμήματος που φοίτησαν σε ξένο πανεπιστήμιο                         | 1         |
| Επισκέπτες φοιτητές ξένων πανεπιστημίων στο Τμήμα                               | 3         |
| Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού του Τμήματος που μετακινήθηκαν σε άλλο Πανεπιστήμιο | 1         |
| Μέλη ακαδημαϊκού προσωπικού άλλων Πανεπιστημίων που μετακινήθηκαν στο Τμήμα     | 0         |
| Σύνολο  | 5         |

Πίνακας 0-8. Εξέλιξη του προσωπικού του Τμήματος

|                               |                   | 2017-2018 |
|-------------------------------|-------------------|-----------|
| 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*      | 1         |
| Λέκτορες                      | Σύνολο            | 1         |
|                               | Νέες προσλήψεις*  |           |
|                               | Συνταξιοδοτήσεις* |           |
|                               | Παραιτήσεις*      |           |
| ΕΤΕΠ                          | Σύνολο            | 1         |
| Διδάσκοντες επί συμβάσει**    | Σύνολο            | 31        |
| 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      | Ε | Z     | H | Θ | I |
|------------------|---|--------|---|--------|---|-------|---|---|---|
| 2018             |   | 3 (6)  |   | 5 (8)  |   |       |   |   |   |
| 2017             |   | 6 (8)  |   | 4 (10) |   | 1 (3) |   |   | 3 |
| Σύνολο           |   | 9 (14) |   | 9 (18) |   | 1 (3) |   |   | 6 |

**Επεξηγήσεις:**

A: Βιβλία/μονογραφίες (Ομοίως Μελών ΔΕΠ)

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

Γ: Εργασίες σε επιστημονικά περιοδικά χωρίς κριτές

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

Ε: Εργασίες σε πρακτικά συνεδρίων χωρίς κριτές (Ομοίως Μελών ΔΕΠ)

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

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 ΔΕΠ 2018 (προσμετρά δημοσιεύσεις κάθε μέλους ΔΕΠ) =  $(A+B+\Delta+Z)/\text{Μέλη ΔΕΠ} = ((6+8)=14)/4 =$  Αντιστοιχεί σε δείκτη **3.5 Δημοσιεύσεις το έτος ανά Μέλος ΔΕΠ**

Ετήσιος Δείκτης Δημοσιευμένου Έργου Μελών ΕΠ 2017 (προσμετρά δημοσιεύσεις κάθε μέλους ΔΕΠ) =  $(A+B+\Delta+Z)/\text{Μέλη ΔΕΠ} = ((8+10+3)=21)/5 =$  Αντιστοιχεί σε δείκτη **4 Δημοσιεύσεις το έτος ανά Μέλος ΔΕΠ**

Ετήσιος Δείκτης Δημοσιευμένου Έργου του Τμήματος 2018(οι κοινές δημοσιεύσεις προσμετρούνται άπαξ) =  $(A+B+\Delta+Z)=3+5=8$  Αντιστοιχεί σε: **8 Δημοσιεύσεις ανά έτος ήτοι συνεισφορά από  $8/4=2$  Δημοσιεύσεις ανά Μέλος ΔΕΠ το έτος**

Ετήσιος Δείκτης Δημοσιευμένου Έργου του Τμήματος 2017(οι κοινές δημοσιεύσεις προσμετρούνται άπαξ) =  $(A+B+\Delta+Z)=6+4+1=11$  Αντιστοιχεί σε: **11 Δημοσιεύσεις ανά έτος ήτοι συνεισφορά από  $11/5=2.1$  Δημοσιεύσεις ανά Μέλος ΔΕΠ το έτος**



**Πίνακας 0-10. Αναγνώριση του ερευνητικού έργου**

| Ημερολογιακά Έτη | A          | B | Γ        | Δ         | Ε        | Z | H |
|------------------|------------|---|----------|-----------|----------|---|---|
| 2018             | 93         |   |          | 12        | 3        |   |   |
| 2017             | 109        |   | 1        | 13        | 2        |   |   |
| <i>Σύνολο</i>    | <i>202</i> |   | <i>1</i> | <i>25</i> | <i>5</i> |   |   |

**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

Ετήσιος Δείκτης Ετεροαναφορών Μελών ΔΕΠ 2018 =  $A/(\text{Μέλη ΔΕΠ})=93/4=23,3$  Αντιστοιχεί σε δείκτη **23.3 ετεροαναφορές ανά Μέλος ΔΕΠ**

Ετήσιος Δείκτης Ετεροαναφορών Μελών ΔΕΠ 2017 =  $A/(\text{Μέλη ΔΕΠ})=109/5=23,3$  Αντιστοιχεί σε δείκτη **21.9 ετεροαναφορές ανά Μέλος ΔΕΠ**

### **Πίνακας Σ-3. Υποδομές Εκπαίδευσης (ακαδημαϊκό έτος 2017-2018)**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 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 ανέλαβαν καθήκοντα κατά το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018 τρία (3) νέα μέλη ΔΕΠ και παρατήθηκε ένα μόνος ΔΕΠ. Πέρα του προσωπικού του Τμήματος, στην διδασκαλία του Προγράμματος Σπουδών συνεισφέρουν 4 μέλη ΔΕΠ από άλλα Τμήματα. Εξακολουθεί να υπάρχει ανάγκη για επιπλέον στελέχωση του Τμήματος με μέλη ΔΕΠ καθώς και με μέλη ΕΔΙΠ/ΕΤΕΠ.

Προβλέπεται η λειτουργία μαθημάτων στην Αγγλική καθώς στο Τμήμα υπάρχουν εισερχόμενοι Erasmus φοιτητές οι οποίοι δύνανται 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 2017-2018

## Επιστημονικά Περιοδικά με Κριτές (Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 14 Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 9)

1. **Triantafillidou, A.**, & Siomkos, G. (2018). The impact of Facebook experience on consumers' behavioral Brand engagement. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 164-192
2. **Lappas, G., Triantafillidou, A., Deligiaouri, A., Kleftodimos, A.** (2018) Facebook Content Strategies and Citizens' Online Engagement: The Case of Greek Local Governments, *The Review of Socionetwork Strategies*, 12(1), pp. 1-20, Springer, <https://doi.org/10.1007/s12626-018-0017-6>
3. Kotzaivazoglou, I., Hatzithomas, L. & **Tsichla, E.** (2018). Gender Stereotypes in Advertisements for Male Politicians: Longitudinal Evidence from Greece. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(3), pp. 333-352
4. **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>
5. **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.
6. **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.
7. 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 deNooy, 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.
8. **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.
9. 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.

Πρακτικά συνεδρίων με κριτές  
 (Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 18  
 Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 9)

1. Hatzithomas, L., **Tsichla, E.**, Rizou, C. and Boutsouki, C. (2018) “The battle of the sexes: Investigating gender and type of sport in the efficacy of athlete endorsements”. *47th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 29 May-1 June, Glasgow, UK
2. **Kleftodimos, A.**, & Evangelidis, G. (2018). Augmenting educational videos with interactive exercises and knowledge testing games. In *Global Engineering Education Conference (EDUCON)*, 2018 IEEE (pp. 872-877). IEEE
3. **Triantafyllidou, A.**, Yannas, P., and **Lappas, G.** (2018), "Facebook Content Strategies: A Case Study of a Subsidiary Company in Greece", *International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism -ICSIMAT 2018*, October 17-20, Athens, Greece
4. **A. Kleftodimos, G. Lappas, A. Giannakopoulou** (2018). “Investigating the Greek political Twittersphere: Greek MPs and their Twitter network”, in *Proceedings of the The South-East Europe Design Automation, Computer Engineering, Computer Networks, and Social Media Conference (SEEDA-CECNSM 2018)*, Kastoria 22-24 September.
5. **G. Lappas, A. Triantafyllidou**, and P. Yannas (2018) “Social Media Adoption and Popularity of Members of the European Parliament”, in *Proceedings of the 5th Multidisciplinary International Social Networks Conference (MISNC 2018)*, July 16--18, 2018, Saint-Etienne, France, ACM publication, doi {<https://doi.org/10.1145/3227696.3227722>}
6. **G. Lappas, A. Triantafyllidou, 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?doid=3092090.3092114>
7. **Triantafyllidou, 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.
8. **Triantafyllidou 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.
9. Pouliopoulos, L., Pouliopoulos, T., & **Triantafyllidou, 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.

## Κεφάλαια σε συλλογικούς τόμους

(Σύνολο Δημοσιεύσεων Μελών ΕΠ: 3

Σύνολο Δημοσιεύσεων Τμήματος: 1)

1. **Triantafillidou A., Lappas G., Kleftodimos A., Yannas P.** (2018) Attack, Interact, and Mobilize: Twitter Communication Strategies of Greek Mayors and their Effects on Users' Engagement. In: Sobacı M., Hatipoğlu İ. (eds) *Sub-National Democracy and Politics Through Social Media. Public Administration and Information Technology*, vol 29. Springer, Cham, pp. 65-89, Αναδιοργάνωση της Διοίκησης και του Κράτους, Έκδοση Εθνικό Τυπογραφείο

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

1. **Δεληγκιαούρη, Αναστασία** (2017) "Η ανάδυση της μετα-αλήθειας στο επικοινωνιακό και πολιτικό γίνεσθαι και οι συνέπειές της για τον σύγχρονο πολιτικόλόγο", 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.

## ΓΝΩΣΤΕΣ ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΔΕΠ

### 2018 (93 Γνωστές Ετεροαναφορές)

1. Ahmet Saygili (2018) Classification and Diagnostic Prediction of Breast Cancers via Different Classifiers, International Scientific and Vocational Journal, 2(2), pp48-56, [https://www.researchgate.net/profile/Ahmet\\_Saygili2/publication/330081569\\_Classification\\_and\\_Diagnostic\\_Prediction\\_of\\_Breast\\_Cancers\\_via\\_Different\\_Classifiers/links/5c2c780f92851c22a35476c1/Classification-and-Diagnostic-Prediction-of-Breast-Cancers-via-Different-Classifiers.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ahmet_Saygili2/publication/330081569_Classification_and_Diagnostic_Prediction_of_Breast_Cancers_via_Different_Classifiers/links/5c2c780f92851c22a35476c1/Classification-and-Diagnostic-Prediction-of-Breast-Cancers-via-Different-Classifiers.pdf)
2. M. Irene Prete, Antonio Mileti, Mattia Bianco, Gianluigi Guido (2018), Le campagne di marketing politico online: una rassegna sistematica della letteratura, *SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE*, Fascicolo: 55, pp 48-70, DOI: 10.3280/SC2018-055004, [https://www.francoangeli.it/RIVISTE/Scheda\\_Rivista.aspx?IDArticolo=62432](https://www.francoangeli.it/RIVISTE/Scheda_Rivista.aspx?IDArticolo=62432) (αναφορά σε 2 εργασίες)
3. M. Irene Prete, Antonio Mileti, Mattia Bianco, Gianluigi Guido (2018), Le campagne di marketing politico online: una rassegna sistematica della letteratura, *SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE*, Fascicolo: 55, pp 48-70, DOI: 10.3280/SC2018-055004, (αναφορά σε 2 εργασίες)
4. Maryam Houtinezhad, Hamid Reza Ghaffary (2018) Effective retrieval of related documents based on spelling correction to improve information retrieval system, *3rd Conference on Swarm Intelligence and Evolutionary Computation (CSIEC)*, DOI 10.1109/CSIEC.2018.8405418, <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8405418/references#references>
5. Bin Abd Latif Mohd Radzi (2018) A moderating effect of Facebook time and Facebook friends on the relationship between political marketing factors and voters' behaviour in Malaysia, DBA thesis, Southern Cross University, Lismore, NSW <https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1613&context=theses>
6. Danesi (2018) *Empirical Research on Semiotics and Visual Rhetoric*, IGI Global
7. Carlos Antonio Ballesteros Herencia (2018), El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional (The engagement index in social networks, an emerging measure in academic and organizational communication), *Reputación, Transparencia y Nuevas Tecnologías Vol.22, 3\_102 Julio-Septiembre 2018 ISSN: 1605-4806 pp. 96- 124*
8. Lyn O. Pandes, Tiffany & Omorog, Challiz & B. Medrano, Regino. (2018). LeMTrac: Legislative Management and Tracking System," 2018 IEEE 10th International Conference on Humanoid, Nanotechnology, Information Technology, Communication and Control, Environment and Management (HNICEM), Baguio City, Philippines, 2018, pp. 1-6. doi: 10.1109/HNICEM.2018.8666260 <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8666260&isnumber=8666226>
9. Sørum, H. (2018). Young People's Views of Municipality Websites: Use, Attitudes, and Perception of Quality. In International Conference on Electronic Government and the Information Systems Perspective (pp. 86-100). Springer, Cham.

10. Huang, Z., & Hu, L. (2018). E-GOVERNMENT IN HUBEI, CHINA: AN EVALUATION OF COUNTY PORTAL USABILITY, ACCESSIBILITY, ELECTION, AND MOBILE READINESS. *Journal of International Business Disciplines*, 13(1).
11. Androniki Kavoura, Leszek Koziol (2018) Polish Firms' Innovation Capability for Competitiveness via Information Technologies and Social Media Implementation, in *Intelligent Systems: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*, IGI Global, pp 1913-1935, DOI: 10.4018/978-1-5225-5643-5.ch085
12. Karamagioli, E., Staiou, E. R., & Gouscos, D. (2018). Assessing the Social Media Presence and Activity of Major Greek Cities During 2014-2017: Towards Local Government 2.0?. In *Handbook of Research on Civic Engagement and Social Change in Contemporary Society* (pp. 272-293). IGI Global
13. Qi Chen (2018), Improving the Generalisation of Genetic Programming for Symbolic Regression, PhD Thesis, Victoria University of Wellington, [http://researcharchive.vuw.ac.nz/bitstream/handle/10063/7029/thesis\\_access.pdf?sequence=1](http://researcharchive.vuw.ac.nz/bitstream/handle/10063/7029/thesis_access.pdf?sequence=1)
14. Yujing (2018). Connect everyone, the organizer of Social Events – Facebook, Arin 2610 Internet Transformations, <https://www.arin2610.dmu.net.au/2018/11/15/7092/>
15. Nic DePaula, Ersin Dincelli (2018) Information strategies and affective reactions: How citizens interact with government social media content, *First Monday* 23(4) 2 April 2018
16. Monika Meltzer , Lucrina S, tefănescu and Alexandru Ozunu (2018). Keep Them Engaged: Romanian County Inspectorates for Emergency Situations' Facebook Usage for Disaster Risk Communication and Beyond, *Sustainability* 2018, 10, 1411; doi:10.3390/su10051411
17. Lev-On, A. (2018). Perceptions, Uses, Visual Aspects, and Consequences of Social Media Campaigning: Lessons from Municipal Facebook Campaigning, Israel 2013. In *Sub-National Democracy and Politics Through Social Media* (pp. 149-168). Springer, Cham
18. Satrio Nugroho (2018) Factor affecting the political knowledge of firsttime voters: a survey on first-time voters in Indonesia, *E3S Web of Conferences*, International Conference Series on Life Cycle Assessment: Life Cycle Assessment as A Metric to Achieve Sustainable Development Goals (ICSOLCA 2018), Vol. 74, 10014(2018), [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2018/49/e3sconf\\_icsolca2018\\_10014.pdf](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2018/49/e3sconf_icsolca2018_10014.pdf)
19. Jaroš, B., & Voda, P. (2018). Znalosti a pozice v politickém prostoru: případ parlamentních voleb v Česku 2017. *Středoevropské politické studie*, 20(1), 16-37 <https://journals.muni.cz/cepsr/article/download/10382/9319>
20. Patricia Carmina Inzunza Mejía , Ana María López Carmona (2018) GOBIERNO ELECTRÓNICO, ACCESIBILIDAD Y USO DE LA PLATAFORMA CIUDADANO DIGITAL EN SINALOA, *REVISTA AVACIENT* Año 3, Núm. 2, Vol. V, JULIO DICIEMBRE 2018, ISSN 2594-018X Latindex EBSCO Host. PP. 27-45 <http://itchetumal.edu.mx/images/2019/Avacient/REVISTA-AVACIENT-VOL-5-JUL-DIC-2018-A.pdf#page=28>
21. Strandberg, K., & Grönlund, K. (2018). Online Deliberation. *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*, 365
22. Salvador, A. B., & Ikeda, A. A. (2018). Gestão de crise de marca: o uso de informações para prevenção, identificação e gestão. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN*, 20(01), 74-91.
23. Khandelwal, U., Kulshrestha, K., & Tripathi, V. (2018). MEASURING CONSUMER REACTIONS DURING PRODUCT-HARM CRISIS AMONG INDIAN CONSUMERS. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(4), 1-15.
24. Cho, S. (2018). Co-query volume as a proxy for brand relatedness. *Industrial Management & Data Systems*, 118(4), 930-944.



25. Ip, C. Y., Liang, C., & Feng, J. Y. (2018). Determinants of public attitude towards a social enterprise crisis in the digital era: Lessons learnt from THINX. *Public Relations Review*, 44(5), 784-793.
26. Sato, S., Ko, Y. J., & Kellison, T. B. (2018). Hot or Cold? The Effects of Anger and Perceived Responsibility on Sport Fans' Negative Word-of-Mouth in Athlete Scandals. *Journal of Global Sport Management*, 3(2), 107-123.
27. KAHRAMAN, A. (2018). Understanding Customer Responses and Expectations in the Face of Negative Purchase Experiences.
28. Zhang, M., Tang, G., & Zhang, Y. (2018). Factors Influencing Mobile Search Engine Users' Continuance Behavior Under the Context of Service Harm Crisis Event. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction (IJMHCI)*, 10(3), 30-48.
29. Shim, K., Cho, H., Kim, S., & Yeo, S. L. (2018). Impact of Moral Ethics on Consumers' Boycott Intentions: A Cross-Cultural Study of Crisis Perceptions and Responses in the United States, South Korea, and Singapore. *Communication Research*, 0093650218793565.
30. Ron, A. S., & Timothy, D. J. (2018). *Contemporary Christian travel: Pilgrimage, practice and place* (Vol. 85). Channel View Publications, Limited.
31. Rashid, A. G. (2018). Religious tourism—a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(2), 150-167.
32. Gupta, S., & Basak, B. (2018). Exploring pilgrim satisfaction on facilities for religious events: a case of Ratha Yatra at Puri. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(8), 765-779.
33. Rialti, R., Caliandro, A., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018). Co-creation experiences in social media brand communities: analyzing the main types of co-created experiences. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(2), 122-141.
34. Mursid, A. (2018). Buying decision in the marketing of Sharia life insurance (evidence from Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 370-383.
35. Ghazali, E., Mutum, D. S., & Woon, M. Y. (2018). Exploring player behavior and motivations to continue playing Pokémon GO. *Information Technology & People*.
36. Addis, M., Miniero, G., & Soscia, I. (2018). Facing contradictory emotions in event marketing: leveraging on surprise. *Journal of Consumer Marketing*, 35(2), 183-193.
37. Ioana-Daniela, S., Lee, K. H., Kim, I., Kang, S., & Hyun, S. S. (2018). Attitude toward luxury cruise, fantasy, and willingness to pay a price premium. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4), 325-343.
38. Siddique, Z. R., Hossain, A., & Comilla, B. (2018). Sources of Consumers Awareness toward Green Products and Its Impact on Purchasing Decision in Bangladesh. *Journal of Sustainable Development*, 11(3), 9-22.
39. Huhtamaa, L. (2018). Flow in commercial experiences: A study in the subjective dynamics of the flow state, personal characteristics and customer satisfaction.
40. Westwood, C., Schofield, P., & Berridge, G. (2018). Agricultural shows: visitor motivation, experience and behavioural intention. *International Journal of Event and Festival Management*, 9(2), 147-165.
41. Isosalo, T. (2018). Asiakaskokemus muodin vähittäiskaupan jakelukanavissa.
42. Clemente-Ricolfe, J. S., & Enguer-Gosálbez, P. (2018). Exploring the Potential Market for Retro Products: An Empirical Analysis. *Italian Sociological Review*, 8(3), 379-396.
43. Derahman, R., & Sharift, M. A. (2018). Emotion in Consumption Experience of Social Support; a Phenomenological Perspectives. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 56, p. 02006). EDP Sciences.
44. Haase, J., Wiedmann, K. P., & Labenz, F. (2018). Effects of consumer sensory perception on brand performance. *Journal of Consumer Marketing*, 35(6), 565-576.

45. Xu, J. B., & Huang, S. S. (2018). 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*, 7, 50-57.
46. Leivestad, H. H. (2018). *Caravans: Lives on Wheels in Contemporary Europe*. Bloomsbury Publishing.
47. Leivestad, H. H. (2018). Second homes on wheels. *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*, 26.
48. DURSUN, İ., GÖKMEN KÖKSAL, C., & TIĞLI, M. (2018). Alışveriş Merkezlerinde Deneysel Değer: Tanımı, Boyutları ve Ölçümü. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(3).
49. Madzak, M. V. (2018). Weaving Through Weather on a Danish Caravan Site. *Space and Culture*, 1206331218773297.
50. Vassilikopoulou, A., Lepetos, A., & Siomkos, G. (2018). Crises through the consumer lens: the role of trust, blame and risk. *Journal of Consumer Marketing*, 35(5), 502-511
51. Hoque, N., Rahman, A. R. A., Molla, R. I., Noman, A. H. M., & Bhuiyan, M. Z. H. (2018). Is corporate social responsibility pursuing pristine business goals for sustainable development?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1130-1142.
52. Suárez-Cebador, M., Rubio-Romero, J. C., Pinto-Contreiras, J., & Gemar, G. (2018). A model to measure sustainable development in the hotel industry: A comparative study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 722-732.
53. Radzi, N. A. M., Lee, K. E., Halim, S. A., & Siwar, C. (2018). How Realistic is' good citizenship'of the Corporate Company? The CSR Implementation Among FORBES-listed Top Oil and Gas Companies. *International Information Institute (Tokyo). Information*, 21(4), 1333-1347.
54. Chang, Y. W., Hsu, P. Y., & Yang, Q. M. (2018). Integration of online and offline channels: a view of O2O commerce. *Internet Research*, 28(4), 926-945.
55. Lončarić, D., Dlačić, J., & Perišić Prodan, M. (2018). What makes summer vacation experience memorable? An empirical study from Croatia. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 6(1), 67-80.
56. Geldenhuys, L. L. (2018). *A sustainable management framework for marine adventure tourism products (Doctoral dissertation, North-West University (South Africa), Potchefstroom Campus)*.
57. Coelho, M. D. F., Meira, K. C. D. O., & Gosling, M. D. S. (2018). Memorable Experience of Couples' Trips. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 157-179.
58. de Freitas Coelho, M., de Sevilha Gosling, M., & de Almeida, A. S. A. (2018). Tourism experiences: Core processes of memorable trips. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 11-22.
59. Tanford, S., Hwang, E., & Baloglu, S. (2018). Evaluation of reward programs based on member preferences and perceptions of fairness. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(1), 106-126.
60. Ni, L., Wang, Q., & Sha, B. L. (2018). *Intercultural public relations: Theories for managing relationships and conflicts with strategic publics*. Routledge
61. Choi, J. (2018). *Media Exposure, Confidence in the Police, and Police Legitimacy*.
62. Jacobsen, S. (2018). Why did I buy this? The effect of WOM and online reviews on post purchase attribution for product outcomes. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 370-395.
63. Clark, K. R., Leslie, K. R., Garcia-Garcia, M., & Tullman, M. L. (2018). How Advertisers Can Keep Mobile Users Engaged and Reduce Video-Ad Blocking: Best Practices for Video-Ad Placement and Delivery Based on Consumer Neuroscience Measures. *Journal of Advertising Research*, 58(3), 311-325.
64. UYGUN, M., & SARIKAYA, A. K. (2018). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN POLITICAL COMMUNICATION. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(3).

65. Haridasan, A. C., & Fernando, A. G. (2018). Online or in-store: unravelling consumer's channel choice motives. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 215-230.
66. Gümüşay, B. (2018). Costumers' emotional and behavioral responses under different accent lighting conditions in a real retail store (Doctoral dissertation, Bilkent University).
67. Madariaga, L., Nussbaum, M., Marañón, F., Alarcón, C., & Naranjo, M. A. (2018). User experience of government documents: A framework for informing design decisions. *Government Information Quarterly*.
68. Balaouras, P., Gatzonis, M., Tsimpanis, K., Apostolidis, H., & Tsiatsos, T. (2018). Towards an online video platform for MOOCs. *Multimedia Tools and Applications*, 77(10), 12749-12775.
69. Kokoç, M., Ilgaz, H., & Altun, A. (2018) Understanding How Video Interaction Data Predicts Academic Performance: A Preliminary Study.
70. Panev, I. (2018). Signalizacija i interaktivnost u videonaputcima za računalno opismenjivanje (Doctoral dissertation).
71. สิริ กัญญา เก่งทอง. (2018). การพัฒนา รูปแบบ การจัดการ เรียนรู้ เพื่อ การอยู่ ร่วมกัน สำหรับ นักศึกษา มหาวิทยาลัย นราธิวาส ราช นครินทร์. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 5, 120-132.
72. García, V., Pérez-Navarro, A., & Conesa, J. (2018). HOW SCIENCE UNIVERSITY STUDENTS USE THE VIDEO IN THEIR LEARNING PROCESS?. *Towards Personalized Guidance and Support for Learning*, 83.
73. Li, L. Y. (2018). Effect of Prior Knowledge on Attitudes, Behavior, and Learning Performance in Video Lecture Viewing. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-12.
74. Bayazit, A., & Akçapınar, G. (2018). Çevrimiçi Dersler için Video Analitik Aracının Tasarlanması ve Geliştirilmesi. *İlköğretim Online*, 17(1).
75. Akcapinar, G., & Bayazit, A. (2018). Investigating Video Viewing Behaviors of Students with Different Learning Approaches Using Video Analytics. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19(4), 116-125.
76. Rojas Barrientos, S (2018). La influencia de la efectividad en la popularidad de los videos didácticos de YouTube <http://www.e-learn.nl/2013/06/22/using-video-from-passive-viewing>
77. Rosa, H. (2018). Estereótipos e Engajamento: As Relações Entre a Representatividade e Interações do Usuário no Facebook1. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1422-1.pdf>
78. Yasmin, M., Naseem, F., & Raza, M. H. (2018). Creative marginalization of gender: a discourse analysis of advertisements in Pakistani newspapers. *Creativity Studies*, 11(1), 152-161. <https://journals.vgtu.lt/index.php/CS/article/view/5509>
79. Τιμαμοπούλου, Α. (2018). Humor in advertising: a content analysis of Super Bowl's advertisements from the 70's to the 20's+(1969-2014). Master Thesis, University of Macedonia <https://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/21622>
80. Bojovic, B. (2018), „Linguistic and Cultural Analysis of Advertising: How Ideologies and Language Shape Consumer Perception”, *Media dialogues / Medijski dijalozi*, Vol. 11, No. 1, pp. 23-40.<http://media-dialogues.com/Archive/MD%20Vol.%2011,%20No.%201/023-040%20MD%20Vol.%2011,%20No.%201.pdf>
81. Ortega, J., & Stara, J. (2018). Lather, Rinse, Repeat—The Stereotyping of Women in Magazine Grooming Advertisements. Master Thesis. <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8945213>
82. Kääriäinen, P. (2018). "The world belongs to Charlie": representation of women in Revlon's advertising." Master Thesis, University of Jyväskylä <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/57888>
83. Rahayu, L. M. (2018). Representasi “Perempuan Matang” Dalam Majalah Pesona (Femina Group) Indonesia. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 10(3), 353-368. <http://ejournalpatanjala.kemdikbud.go.id/patanjala/index.php/patanjala/article/view/376>

84. Vandekerckhove, A. (2018). Hoe kunnen we Nederlandstalig androcentrisch taalgebruik herkennen? Een kritische discoursanalyse van het radioprogramma Hautekiet. <https://www.scriptiebank.be/scriptie/2018/hoe-kunnen-we-nederlandstalig-androcentrisch-taalgebruik-herkennen-een-kritische>
85. Costantino, C., & Leonzi, T. (2018). La storia del MOICA come storia delle casalinghe italiane. Un'analisi storico-sociale del lavoro familiare. FrancoAngeli. <http://www.oapen.org/search?identifier=645210>
86. Naisbayeva, A. K., Massalimova, A. R., & Zholdubayeva, A. K. (2018). Modern Advertising Practice: Gender Images and Stereotypes Generation. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 10(2). <https://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=09752935&AN=131332680&h=EDLn8CIV42is0O6p127eald08HwaWXkF0hmGROd0%2f0SgR%2btBiDrzQgveXwgK555VzY5WYdvMNUvMWabExH3w7g%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d09752935%26AN%3d131332680>
87. Яненко, Я. В., & Яненко, Я. В. (2018). Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації. Monograph <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70957>
88. 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), 15-24. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10447318.2017.1314611>
89. Huang, Y. T. (2018). 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, 1-15. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217307185>
90. Shaouf, A., & Altaqqi, O. The Impact of Gender Differences on Adoption of Information Technology and Related Responses: A Review. *International Journal of Management and Applied Research*, 2018, Vol. 5, No. 1 <http://ijmar.org/v5n1/18-003.pdf>
91. Gramazio, S. (2018). From human beings to sexual objects: effects of sexualised portrayals of women (and men). Ph.D. Thesis, University of Padova <http://paduaresearch.cab.unipd.it/10673/>
92. Olofsson, S., & Steén, D. (2018). # FemvertiseThis-Mot bättre förståelse för kvinnlig porträttering vid skapande av rörlig reklam. <http://muep.mau.se/handle/2043/25690>
93. 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>

## 2017 (109 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 (WHAVE) 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. Almetarihi, 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., Kizhakanveatil, 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. *InternationalJournalofReligiousTourismandPilgrimage*, 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?. *AustralianJournalofManagement*, 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. *AsiaPacificJournalofMarketingandLogistics*, 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. *ComputersinHumanBehavior*, 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. *JournalofTravel&TourismMarketing*, 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. *AsiaPacificJournalofTourismResearch*, 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 To SEE-Tourism in Southern and Eastern Europe 2017: "Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges"*.
38. Pérez Campdesuñer, R., García Vidal, G., Sánchez Rodríguez, A., & Martínez Vivar, R. (2017). Structural equation model: influence on tourist satisfaction with destination attributes. *Tourism and Hospitality Management*, 23(2), 219-233.
39. Rodríguez, 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](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) Tiesossampratosvisuomenėjeirjūatspindžiaižiniasklaidoje: politinėskomunikacijosatvejis (“Conception of truth in society and Reflection in mass media: political communication case”), Dissertation, Institutional Repository of VilniusGediminas 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'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](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 gênerofemininona propaganda brasileira* (Doctoral Dissertation, FundaçãoGetulio 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 ExpressãoComercialVersusRespeitoÀsMulheres,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](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58484-3_12)
76. Lay, T. (2017). The Construction of Gender in Contemporary Magazine Advertisements. Research Paper, University of Ottawa <https://ruor.uottawa.ca/handle/10393/36940>
77. Радюк, А. В., & Полякова, Н. В. (2017). ПРЕСУППОЗИЦИИ И КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЯХ РЕКЛАМНЫХ МИНИ-ТЕКСТОВ. *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Стафьева*, 4 (42). <https://cyberleninka.ru/article/n/presuppozitsii-i-kommunikativnyh-strategiyah-reklamnyh-mini-tekstov>
78. 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
79. Charanjit Sing, Vijay Laxmi, Arvinder Singh Kang (2017), Ranking Web page based on Content's Weights for Search Engines, *International Journal of Computer Science & Engineering Technology (IJCSET)*, Vol. 8 No. 07 July 2017, pp 317- 324, ISSN : 2229-3345, <http://www.ijcset.com/docs/IJCSET17-08-07-032.pdf>
80. Paylidou Alike (2017) Η χρήση του Facebook στην πολιτική ως εργαλείο προβολής και ανάπτυξης σχέσεων με τους πολίτες: Η περίπτωση των Ελλήνων Βουλευτών», MSc Thesis, University of Macedonia (*αναφορά σε 2 εργασίες*)
81. Paylidou Alike (2017) Η χρήση του Facebook στην πολιτική ως εργαλείο προβολής και ανάπτυξης σχέσεων με τους πολίτες: Η περίπτωση των Ελλήνων Βουλευτών», MSc Thesis, University of Macedonia (*αναφορά σε 2 εργασίες*)
82. André Freire, Marco Lisi, Ioannis Andreadis, José Manuel Leite Viegas (2017), *Political Representation in Times of Bailout: Evidence from Greece and Portugal*, Routledge, ISBN 978-1-138-93902-8
83. Topias Suortti, Joel Lahtinen (2017), Analytiikan hyödyntäminen markkinoinnissa: segmentointi ja asiakkaan arvottaminen Utilizing analytics in marketing: segmentation and customer valuation, <http://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/134739/Kandidaatinty%C3%B6%20Lahtinen%20Suortti.pdf?sequence=2>
84. Cardenas, A., Ballesteros, C., & Jara, R. (2017). Redes sociales y campañas electorales en Iberoamérica. Un análisis comparativo de los casos de España, México y Chile. *Cuadernos.Info*, (41), 19-40. <https://doi.org/10.7764/cdi.41.1259>
85. [http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.41.1259/pdf\\_33](http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.41.1259/pdf_33)
86. Steinberg, A. (2017). Taking an In-depth Look at Political Parties on Facebook: What they are Saying, How they are Saying it, and How Party Members Respond. *The Journal of Social Media in Society*, 6(2), 271-314. <http://thejms.org/index.php/TSMRI/article/view/167>
87. 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>
88. Acosta-Vargas, P., Luján-Mora, S., Salvador-Ullauri, L. (2017) The quality of government websites in countries with the highest level of competitiveness, [https://www.researchgate.net/profile/Patricia\\_Acosta-](https://www.researchgate.net/profile/Patricia_Acosta-)

[Vargas/publication/314400650\\_Quality\\_evaluation\\_of\\_government\\_websites/links/58c190b792851c0ccbed87d6/Quality-evaluation-of-government-websites.pdf](https://www.researchgate.net/publication/314400650_Quality_evaluation_of_government_websites/links/58c190b792851c0ccbed87d6/Quality-evaluation-of-government-websites.pdf)

89. Goswami, A. & Kumar, A. (2017) Challenges in the Analysis of Online Social Networks: A Data Collection Tool Perspective, *Wireless Personal Communications* 97(3): 4015-4061. <https://doi.org/10.1007/s11277-017-4712-3>
90. Gonçalves, Rosiberto dos Santos, Eduardo Antonio Guimaraes Tavares, Gabriel Alves de Albuquerque Junior, Bruno Silva (2017) Stochastic modelling of taxpayer assistance centre for performability evaluation, *International Journal of Business Process Integration and Management*, *International Journal of Business Process Integration and Management* 8(1):53, DOI: 10.1504/IJBPI.2017.082764 <http://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJBPI.2017.082764>
91. Sobaci, M. Z., & Hatipoğlu, İ. (2017). 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. <https://ieeexplore.ieee.org/document/8046286/>
92. 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>
93. Ahmet Guneyli, Metin Ersoy, Sevki Kiralp (2017) Terrorism in the 2015 Election Period in Turkey:Content Analysis of Political Leaders’Social Media Activity, *Journal of Universal Computer Science*, vol. 23, no. 3 (2017), 256-279, [http://jucs.org/jucs\\_23\\_3/terrorism\\_in\\_the\\_2015/jucs\\_23\\_03\\_0256\\_0279\\_guneyli.pdf](http://jucs.org/jucs_23_3/terrorism_in_the_2015/jucs_23_03_0256_0279_guneyli.pdf) [https://www.academia.edu/34242898/TERRORISM\\_IN\\_THE\\_2015\\_ELECTION\\_PERIOD\\_IN\\_TURKEY\\_CONTENT\\_ANALYSIS\\_OF\\_POLITICAL\\_LEADERS\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_ACTIVITY](https://www.academia.edu/34242898/TERRORISM_IN_THE_2015_ELECTION_PERIOD_IN_TURKEY_CONTENT_ANALYSIS_OF_POLITICAL_LEADERS_SOCIAL_MEDIA_ACTIVITY)
94. Herman F. (2017) *Campanhas Online e Sociabilidade Política: O uso do Facebook e do Twitter por Candidatos a Vereador nas Eleicoes de 2016 em Curitiba*, Thesis, Universidade Federal do Parana <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/54716/R%20-%20D%20-%20FELLIPE%20HERMAN.pdf?sequence=1> (αναφορά σε 2 εργασίες)
95. Herman F. (2017) *Campanhas Online e Sociabilidade Política: O uso do Facebook e do Twitter por Candidatos a Vereador nas Eleicoes de 2016 em Curitiba*, Thesis, Universidade Federal do Parana <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/54716/R%20-%20D%20-%20FELLIPE%20HERMAN.pdf?sequence=1> (αναφορά σε 2 εργασίες)
96. 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>
97. Salvador, A. B., Ikeda, A. A., & Crescitelli, E. (2017). Gestão de crise e seu impacto na imagem de marca. *Gestão & Produção*, 24(1), 15-24.
98. Erickson, S. L., Stone, M., Hanson, T. A., Tolifson, A., Ngongoni, N., & Kalthoff, J. (2017). Shareholder Value and Crisis Communication Patterns: An Analysis of the Ford and Firestone Tire Recall. *Academy of Strategic Management Journal*, 16(1), 32-53.
99. Kumar, S., & Chauhan, A. (2017). An Empirical Analysis of Repulsive Buying Behaviour. *Arabian J Bus Manag Review*, 7(329), 2.

100. Bolden III, E. C. (2017). A critical review of hospitality marketing statistical techniques and applications. In *Routledge Handbook of Hospitality Marketing* (pp. 67-77). Routledge
101. Nagendra, S. (2017). Evaluation of Storage Systems for Big Data Analytics (Doctoral dissertation, ARIZONA STATE UNIVERSITY).
102. Seidel, N. (2017). Analytics on video-based learning. A literature review. In *Workshop Proceedings DeLFI*
103. Hong, Y. (2017). Evaluation Index System of Tourism Competitiveness Based on Tourism Electronic Commerce Platform. *Boletín Técnico*, 55(4), 463-473. <http://www.boletintecnico.com/index.php/bt/article/view/417>
104. Zailskaitė-Jakštė, L., & Damaševičius, R. (2017, December). Gender-related differences in brand-related social media content: An empirical investigation. In *Computer Engineering Conference (ICENCO), 2017 13th International* (pp. 118-123). IEEE. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8289774>
105. Riccot, A. H. (2017). Racial representation in KK and Det Nye (Master's thesis). Universitetet I Oslo <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/61354/5/Angelique-Riccot-Master-Thesis---Racial-Representation-in-KK-and-Det-Nye.pdf>
106. Roca-Sales, M., & Lopez-Garcia, G. (2017). Contemporary Portrayals of Women and Femininity. A Case Study of Lifestyle Blogs in the US. *Journal of Research in Gender Studies*, 7(2). <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=593347>
107. Abrão, M. A. P., & Alves, M. C. D. (2017). Valorização da diversidade ou apenas publicidade? Uma análise de conteúdo de campanhas da Natura. *Revista Mídia e Cotidiano*, 11(3), 89-104. <http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9847>
108. Odukoya, K. A. (2017). Sexualization of Women in Nigerian Magazine Advertisements. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 11(1), 283-286. <http://waset.org/publications/10007670>
109. Brown, T. J. G. (2017). Fem Ininecities: New Orleansin. *Journal of Research in Gender Studies*, 7, 2. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jogenst7&div=16&id=&page=>

## Συμμετοχές Μελών ΔΕΠ σε Επιτροπές Επιστημονικών Συνεδρίων (2017-2018)

**G. Lappas 2018:** The 11th IEEE International Conference on Social Computing and Networking, Melbourne Australia 11-13 December  
<http://www.swinflow.org/confs/2018/socialcom/pc.htm>

**G. Lappas 2018:** 10th International Conference on Social Informatics, Saint Petersburg Russia, 25-28 September , <https://socinfo2018.hse.ru/>

- G. Lappas 2018:** The South-East Europe Design Automation, Computer Engineering, Computer Networks, and Social Media Conference, Kastoria, Greece, September 22-24.  
<http://kastoria.teiwm.gr/seeda>
- G. Lappas 2018:** The 9<sup>th</sup> International Workshop on Mining and Analyzing Social Networks for Decision Support, Barcelona, Spain, August 28-31  
<http://iting.im.nuk.edu.tw/msnds2018/committee/>
- G. Lappas 2018:** Eighth International Conference on Advances in Information Mining and Management, July 22-26, Barcelona, Spain.  
<https://www.iaria.org/conferences2018/ComIMMM18.html>
- G. Lappas 2018:** The 4<sup>th</sup> Multidisciplinary International Social Networks Conference, Saint-Etienne, France, July 16-18.  
<http://www.misnc.org/misnc2018/committee/>
- G. Lappas 2018:** 11<sup>th</sup> International Multi-Conference on Engineering and Technological Innovation, Orlando, USA, July 8-11,  
<http://www.iis2018.org/imeti/Website/ProgramCommitte.asp?vc=20>
- G. Lappas 2018:** 4th Annual International Conference on Computational Social, Kellogg School of Management of Northwestern University in Evanston, USA, July 12-15 2018  
<http://www.kellogg.northwestern.edu/news-events/conference/jc2s2/2018/people/chairs-and-committees.aspx>
- G. Lappas 2018:** International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications, Orlando, USA, July 8-11.  
<http://www.iis2018.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=4>
- G. Lappas 2018:** The Fourth International Conference on Human and Social Analytics, October June 24-28, Nice, France  
<http://www.iaria.org/conferences2018/ComHUSO18.html>
- G. Lappas 2018:** The 6th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Athens, June 27-29, <http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2018/committees.html>
- G. Lappas 2018:** The Eighth International Conference on Advanced Collaborative Networks, Systems and Applications, June 24-28, Venice, Italy  
<https://www.iaria.org/conferences2018/ComCOLLA18.html>
- G. Lappas 2017:** 7<sup>th</sup> International Conference on e-Democracy, 14-15 December Athens  
[http://www.edemocracy2017.eu/?page\\_id=287](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 21-23  
<http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2017/committees.html>
- G. Lappas 2017:** The 3<sup>rd</sup> Multidisciplinary International Social Networks Conference, Kean University, Bangkok, Thailand, July 17-19.  
<http://tasn.org.tw/misnc2017/committee/>
- G. Lappas 2017:** Seventh International Conference on Advances in Information Mining and Management, June 25-29, Venice, Italy.  
<http://www.iaria.org/conferences2017/ComIMMM17.html>
- G. Lappas 2017:** The Seventh International Conference on Advanced Collaborative Networks, Systems and Applications, July 23-27, Nice, France  
<https://www.iaria.org/conferences2017/ComCOLLA17.html>
- G. Lappas 2017:** The 2017 International Conference on Advanced Technologies Enhancing Education, Qingdao, China March 18-20  
<http://icat2e.jimdo.com/committees/>
- G. Lappas 2017:** The Third International Conference on Human and Social Analytics, October July 23-27, Nice, France  
<http://www.iaria.org/conferences2017/ComHUSO17.html>
- G. Lappas 2017:** The 8<sup>th</sup> International Workshop on Mining and Analyzing Social Networks for Decision Support, Sydney, Australia July 31-August 3  
<http://iting.im.nuk.edu.tw/msnds2017/committee/>

**G. Lappas 2017:** The South-East Europe Design Automation, Computer Engineering, Computer Networks, and Social Media Conference, Kastoria, Greece, September 23-25.

<http://kastoria.teiwm.gr/seeda>

**G. Lappas 2017:** 10<sup>th</sup> International Multi-Conference on Engineering and Technological Innovation, Orlando, USA, July 8-11.

<http://www.iis2017.org/imeti/website/ProgramCommitte.asp?vc=20>

**G. Lappas 2017:** The 11<sup>th</sup> International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics, Orlando, USA, July 5-8.

<http://www.iis2017.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=17>

**G. Lappas 2017:** International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications, Orlando, USA, July 8-11.

<http://www.iis2017.org/imsci/Website/ProgramCommitte.asp?vc=4>

## Συμμετοχές σε Συντακτικές Επιτροπές Επιστημονικών Περιοδικών

**2018** **G. Lappas** International Journal of Entertainment Technology and Management (Inderscience Publishers) (2018-σήμερα)

<http://www.inderscience.com/jhome.php?jcode=ijenttm#edboard>

**2017 & 2018** **G. Lappas**, *International Journal of Electronics, Computing and Engineering Education* (Serials Publications)

[http://serialsjournals.com/editorial-board.php?journals\\_id=81](http://serialsjournals.com/editorial-board.php?journals_id=81)

**2017 & 2018** **A. Deligiaouri** Associate Editor at the International Journal. of E-Politics (IGI Global) <https://www.igi-global.com/journal/international-journal-politics-ijep/1147>

### Book reviews

**(2017) book review for “Self mediation. New Media, Citizenship and Civil Selves”** edited by **L. Chouliaraki**, **Routledge, Taylor and Francis Group**, **2012:USA and Canada**, *Journal of Language and Politics*, 16:1, pp. 141-144. (in English)