Τίτλος μαθήματος	**Διαχείριση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**				
Κωδικός μαθήματος	**MRKT315**				
Τύπος μαθήματος	**Θεωρητικό**				
Επίπεδο	Προπτυχιακό				
Έτος /Εξάμηνο	Έτος 3ο Εξάμηνο 6ο				
Όνομα διδάσκοντα	Πρατζιώτη Σοφία				
ECTS	6	**Διαλέξεις/ εβδομάδα**	3	**Εργαστήρια/ εβδομάδα**	
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	Το μάθημα παρέχει μια ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως πολύπλευρες ψηφιακές πλατφόρμες και τους διακριτούς τρόπους με τους οποίους εξυπηρετούν τα συμφέροντα μιας σειράς ενδιαφερόμενων μερών, συμπεριλαμβανομένων των ιδιοκτητών πλατφορμών, των χρηστών, των διαφημιζόμενων και τρίτων, όπως οι νεοφυείς επιχειρήσεις και οι εταιρείες ανάλυσης δεδομένων. Το μάθημα δίνει τη δέουσα προσοχή στον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζεται η συμμετοχή των χρηστών των κοινωνικών μέσων για την απόκτηση δεδομένων από τους επιχειρησιακούς διαχειριστές των μέσων αυτών και την αξιοποίησή τους.				
Μαθησιακά αποτελέσματα	Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να: • Αναλύουν τις τεχνολογικές, κοινωνικές και οικονομικές δυνάμεις που κάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πανταχού παρόντα και τόσο ισχυρούς οικονομικούς παράγοντες • Αξιολογούν κριτικά τον τρόπο λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τη λογική βάσει της οποίας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να διατηρήσουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες • Κατανοούν τη σημασία των κοινωνικών δεδομένων ως μια ξεχωριστή και κρίσιμη μορφή του Big Data και μια σημαντική δύναμη της ψηφιακής οικονομίας • Αναλύουν την ανάπτυξη του Διαδικτύου και να εκτιμούν τον κυρίαρχο ρόλο που παίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση των τρόπων που αναπτύσσεται αυτή τη στιγμή ο παγκόσμιος ιστός • Αξιολογούν την σημασίας της κοινωνικής αλληλεπίδρασης και συμμετοχής στο διαδίκτυο και του ρόλου που παίζει η ενεργός συμμετοχή των χρηστών στον τρέχοντα μετασχηματισμό του παγκόσμιου ιστού και της ψηφιακής οικονομίας • Αναπτύσσουν κριτική και δημιουργική σκέψη για τον αναδυόμενο ψηφιακό κόσμο που χαρακτηρίζεται από την παρουσία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και το είδος των υπηρεσιών που παράγουν				
Προαπαιτούμενα	MGMT112 Βασικές Αρχές Διοίκησης MRKT217 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ		**Συναπαιτούμενα**	Κανένα	

Περιεχόμενο μαθήματος	• **Σύντομο ιστορικό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης** • **Περιγραφή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως οργανισμούς:** Οι ποικιλίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Last.fm, Spotify, TripAdvisor κ.λπ**.** • **Περιγραφή του οικοσυστήματος του Διαδικτύου:** Η εξέλιξη του Διαδικτύου, Αύξηση των επιπέδων κοινωνικής συμμετοχής • **Μηχανική συμμετοχής χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Πώς φτιάχνεται η μηχανή παραγωγής δεδομένων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης • **Η λειτουργική λογική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης:** Η σημασία που προσλαμβάνουν τα δεδομένα για τη δημιουργία των περισσότερων υπηρεσιών που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Η διαδικασία δημιουργίας αξίας με τρόπους που έρχονται σε αντίθεση με την παραδοσιακή προϊοντοκεντρική άποψη της αξίας, Αξία ως εμπειρία προϊόντος ή υπηρεσίας χρήστη • **Επιχειρηματικά μοντέλα που πρωτοστάτησαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Το μοντέλο freemium που παραδειγματίζεται από το Spotify, Το μοντέλο συνδεδεμένου μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για αγορές, Το υβριδικό μοντέλο του Facebook με ανοιχτή συμμετοχή και αμφίπλευρες αγορές, και η νέα οικονομία διαμοιρασμού (δεδομένων) των εταιρειών. από οργανισμούς όπως η Uber και η Airbnb • **Αξιολόγηση της διαδικασίας δημιουργίας αξίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, που χαρακτηρίζει τη δημιουργία, τη διαμόρφωση και την εμπορευματοποίηση των δεδομένων που παράγονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης** • **Πώς συνδέονται τα κοινωνικά δεδομένα με το Big Data** • **Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως οργανισμοί: Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από επιχειρήσεις, εταιρείες και το δημόσιο**
Μεθοδολογία διδασκαλίας	Το περιεχόμενο του μαθήματος θα διδαχθεί με: • Παρουσιάσεις Power Point • Καθοδηγούμενες συζητήσεις με την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών • Παραδείγματα με συναφείς με το πρόγραμμα μελέτες περίπτωσης • Ενότητα ερωταπαντήσεων και διευκρινήσεων • Χρήση διαδικτύου και συναφούς υποδομής τεχνολογιών πληροφορικής • Χρήση βιντεοπροβολέα και Πίνακα • Εκπόνηση Εργασίας
Βιβλιογραφία	**Ελληνική** Γεωργιάδης, Χ., 2015. Τεχνολογίες παγκόσμιου ιστού και ηλεκτρονικού εμπορίου. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. ISBN 978-960-603-125-0 **Διαθέσιμο στο: http://hdl.handle.net/11419/2288** Πανηγυράκης, Γ., 2016. Επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις - Μελέτες περιπτώσεων. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών

	Βιβλιοθηκών. ISBN 978-960-603-447-3. **Διαθέσιμο στο: http://hdl.handle.net/11419/6412** **Αγγλική** • Jeanne M. Persuit(2013),Social Media and Integrated Marketing Communication : A Rhetorical Approach. Lanham: Lexington Books, ISBN 9780739171134. **EBSCOhost** • Scott Brown(2012),Social Information : Gaining Competitive and Business Advantage Using Social Media Tools. Oxford: Chandos Publishing, ISBN 9781843346678 **EBSCOhost** • Eileen Brown(2012),Working the Crowd : Social Media Marketing for Business. Swindon, United Kingdom: BCS, The Chartered Institute for IT, v. Second edition ISBN 9781780171265 **EBSCOhost** • Warburton, S., Hatzipanagos, S.(2013), Digital identity and social media, Information Science Reference,ISBN: 9781466619159. • Lipschultz,Jeremy(2018),Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics,2nd, Routledge Taylor & Francis Group, ISBN: 978-1-138-22977-8
Αξιολόγηση	• Συμμετοχή στη τάξη: 10% • Εργασία: 20% • Ενδιάμεση Γραπτή Εξέταση 30% • Τελική Γραπτή Εξέταση: 40%
Γλώσσα	Ελληνικά ή Αγγλικά