

# Έντυπο Καταγραφής Πληροφοριών και Συγκέντρωσης Εκπαιδευτικού Υλικού για τα Ανοικτά Μαθήματα

Έκδοση: 1.02, Απρίλιος 2014



ανοικτά μαθήματα  
opencourses

Πράξη «Κεντρικό Μητρώο Ελληνικών Ανοικτών Μαθημάτων»

Σύνδεσμος: <http://ocw-project.gunet.gr>



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

## Περιεχόμενα

Περιεχόμενα.....	2
Εισαγωγή.....	3
1. Χρήση εντύπου.....	3
2. Πληροφορίες και εκπαιδευτικό υλικό Ακαδημαϊκού Μαθήματος .....	4
2.1 Πληροφορίες μαθήματος.....	4
2.2 Πληροφορίες για τις θεματικές ενότητες ή ενότητες διαλέξεων .....	10
2.3 Άλλες πληροφορίες μαθήματος .....	11
3. Πληροφορίες για το πλαίσιο διάθεσης του μαθήματος.....	12
3.1 Πλαίσιο Διάθεσης: Ίδρυμα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης .....	12
3.2. Πλαίσιο Διάθεσης: Πρόγραμμα Σπουδών .....	12

# 1. Πληροφορίες και εκπαιδευτικό υλικό Ακαδημαϊκού Μαθήματος

## 1.1 Πληροφορίες μαθήματος

**Όνομα διδάσκοντος/διδασκόντων (Instructor (s)).**

Στην ελληνική γλώσσα. Γεώργιος Τσουρβάκας.

Στην αγγλική γλώσσα. George Tsournvakas.

**Τίτλος Μαθήματος (Course title) όπως αναφέρεται στο πρόγραμμα σπουδών (ΠΣ)**

Στην ελληνική γλώσσα. Οικονομία των ΜΜΕ.

Στην αγγλική γλώσσα. Media Economics.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας.

**Δικτυακός τόπος μαθήματος**

Συμπληρώστε το σύνδεσμο του δικτυακού τόπου του μαθήματος, δηλαδή σελίδα του μαθήματος ή/και σύνδεσμο στο Learning Management System (LMS) του Ιδρύματος (π.χ. στο eClass, Moodle, Blackboard, ή όποιο άλλο LMS).

**Κωδικός Μαθήματος (Course Code) όπως αναφέρεται στο ΠΣ**

ΓΕ0500

**Επίπεδο μαθήματος/Κύκλος σπουδών (Course level/cycle).** Επιλέξτε (κάντε *bold*) ένα από τα παρακάτω:

1. Προπτυχιακό (Undergraduate)/Πρώτος κύκλος σπουδών (First cycle)
2. Μεταπτυχιακό (Graduate)/Δεύτερος κύκλος σπουδών (Second cycle)
3. Διδακτορικό (Doctoral)/ Τρίτος κύκλος σπουδών (Third cycle)

**Έτος σπουδών (Year of Study).** Επιλέξτε (κάντε *bold*) 1 έως 6 όπως αναφέρεται στο ΠΣ:

Έτος: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6

**Εξάμηνο (Semester).** Επιλέξτε (κάντε *bold*) από 1 έως 12 όπως αναφέρεται στο ΠΣ.

Εξάμηνο: 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12

**Τύπος μαθήματος (Type of course).** Επιλέξτε (κάντε *bold*) μία ή περισσότερες:

1. Υποχρεωτικό (compulsory)
2. Επιλογής (optional)

**Διδακτικές ώρες στο εξάμηνο.** Δηλώστε το αριθμό των διδακτικών ωρών του μαθήματος στη διάρκεια του εξαμήνου: Ώρες Διδασκαλίας 39 (Ομαδικά)

**Συνδιδασκαλία.** Εάν ναι τότε δηλώστε:

- εάν ο συνάδελφο σας συμμετέχει στο άνοιγμα του μαθήματος: ΝΑΙ/ΟΧΙ
- εάν το τμήμα που σας αντιστοιχεί είναι αυτόνομο: ΝΑΙ/ΟΧΙ
- τις διδακτικές ώρες που αντιστοιχεί στο τμήμα σας:

**Γλώσσα διδασκαλίας (Course language).** Επιλέξτε (κάντε *bold*) μία ή περισσότερες:

1. Ελληνική
2. Αγγλική
3. Άλλη: (δηλώστε)

**Ομάδα στόχος (Target Group)**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.  
Π.χ. Οι φοιτητές του τμήματος Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ  
Ενδιαφερόμενοι για τη θεματική περιοχή Οικονομία των ΜΜΕ

Στην αγγλική γλώσσα. Προαιρετικό.

**Πιστωτικές μονάδες (ECTS)**

Αριθμός μονάδων: 4

**Περισσότερα για τον/τους διδάσκοντες (More about instructor).** Προαιρετικά

Σύνδεσμος σε βιογραφικό ή σύντομο βιογραφικό (έως 10 γραμμές)

<http://www.jour.auth.gr/tsourvakas/>

Στην αγγλική γλώσσα. Προαιρετικό.

**Φωτογραφία διδάσκοντος.** Προαιρετικά

## Περιγραφή μαθήματος (Course Overview / Description /Synopsis)

Το συγκεκριμένο μάθημα διαπραγματεύεται ευρύτερες θεματικές όπως είναι: Εισαγωγή στην Οικονομία των ΜΜΕ. Το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ. ΜΜΕ και δημόσια αγαθά. Ο βαθμός συγκέντρωσης της μιντιακής αγοράς. Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των μιντιακών οργανισμών. Ένταση ανταγωνισμού και μιντιακή αγορά. Στρατηγικές συμμαχίες των μιντιακών οργανισμών. Ο ρόλος της διαφήμισης και των μετρήσεων στην αγορά των ΜΜΕ. Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην αγορά των ΜΜΕ. Οι οργανισμοί των ΜΜΕ ένα σύνολο συμβολαίων. Ανταγωνισμός μεταξύ των ΜΜΕ.

This course address issues such as: introduction to Media Economics. The ownership of media. Media and public goods. The degree of concentration of market experiences of media. Strategic competitive advantage of experiences of media organizations. Intense competition and experiences of media market. Strategic alliances experiences of media organizations. The role of advertising and measurement media market. The role of new technologies in the media market. Organisations media a set of contracts. Competition among media industries.

## Περιεχόμενα μαθήματος (Course Contents)

Σχόλιο. Θα απεικονίζεται ως πληροφορία σε διαφορετικό σημείο του ανοικτού μαθήματος σε σχέση με τη συνοπτική περιγραφή.

Θεωρίες οικονομικής οργάνωσης ΜΜΕ, Προσφορά και ζήτηση, Ιδιωτικά και Δημόσια ΜΜΕ, Θεσμοί επικοινωνιακής πολιτικής, Η επίδραση της τεχνολογίας, Μορφές αγοράς, συγκέντρωση των ΜΜΕ, Παίγνια, ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις, Εταιρική διασπορά - στρατηγικές τιμολόγησης, Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

- Course outline and topics

## Μαθησιακοί στόχοι μαθήματος (Course Objectives/Goals)

Σχόλιο. Θα απεικονίζεται ως πληροφορία σε διαφορετικό σημείο του ανοικτού μαθήματος σε σχέση με τη συνοπτική περιγραφή.

- Να γνωρίσουν τα βασικά χαρακτηριστικά της οικονομικής διάστασης των ΜΜΕ
- Να μάθουν το εννοιολογικό πλαίσιο της οικονομίας των ΜΜΕ
- Να κατανοήσουν τον ρόλο της οικονομικής διάστασης των ΜΜΕ
- Να ευαισθητοποιηθούν σε μεθοδολογικά και πρακτικά ζητήματα που αφορούν την οικονομία των ΜΜΕ
- Να εξασκηθούν στην ανάλυση και την ερμηνεία της οικονομίας των ΜΜΕ

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

- Overall Aims /Objectives Course Goals)/Expectations (What We Will Learn to Do) /Learning Outcomes/Learning Objectives

### Λέξεις κλειδιά (Keywords)

Στην ελληνική γλώσσα. ΜΜΕ, οικονομία των ΜΜΕ, ανταγωνισμός, αγορά

Στην αγγλική γλώσσα. media economics, competition, market

### Προτεινόμενη φωτογραφία για το μάθημα

### Ομάδα ανάπτυξης περιεχομένου (Content Development).

Γιομελάκης Δημήτριος, Δημοσιογράφος, Υποψήφιος διδάκτορας Τμήματος Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε.

Γκάλιος Κωνσταντίνος, Ηλεκτρονικός μηχανικός

Βιντεοσκόπηση - Επεξεργασία Υλικού:

Γκάλιος Κωνσταντίνος, Ηλεκτρονικός μηχανικός

Γιομελάκης Δημήτριος, Δημοσιογράφος, Υποψήφιος διδάκτορας Τμήματος Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε.

Στην αγγλική γλώσσα. Προαιρετικό.

### Τύποι εκπαιδευτικού υλικού (course format).

Επιλέξτε (κάντε *bold*) (περισσότερους από έναν) τους τύπους υλικού που διαθέτει το μάθημα:

- **Διαφάνειες**
- **Σημειώσεις**
- **Βιντεοδιαλέξεις**
- **Βιβλίο**
- Podcast
- Ήχο

- Πολυμεσικό υλικό
- Διαδραστικές ασκήσεις

#### Προτεινόμενα συγγράμματα.

Στην ελληνική γλώσσα. Αλαν Αλμπαραν (2004) Οικονομία των ΜΜΕ, εκδόσεις university studio press.

Στην αγγλική γλώσσα. Προαιρετικό.

#### Οργάνωση μαθήματος. (Διαθέσιμο μόνο στους φοιτητές όχι στο ευρύ κοινό). Προαιρετικά.

Στην ελληνική γλώσσα. Προαιρετικό.  
Αφορά στην λεκτική περιγραφή των παρακάτω.

Δομή και συχνότητα διδασκαλίας (Course Meeting Times / Course Structure).

- Ώρες γραφείου
- Διαλέξεις (Lectures) ( π.χ. 2 φορές την εβδομάδα, τριώρες διαλέξεις) για 13 εβδομάδες
- Φροντιστήριο (Recitations) (1 φορά την εβδομάδα, 2 ώρες)
- Εργαστήρια
- Άλλα

Στην αγγλική γλώσσα ή ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

#### Μέθοδος διδασκαλίας (teaching method)

Πρόσωπο με πρόσωπο

Στην αγγλική γλώσσα ή ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

#### Μέθοδοι αξιολόγησης/βαθμολόγησης (Assessment method and criteria). Διαθέσιμο μόνο στους φοιτητές, όχι στο ευρύ κοινό.

- Γραπτή Εξέταση με Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης (Διαμορφωτική)
- Γραπτή Εργασία (Συμπερασματική)

Στην αγγλική γλώσσα ή ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

#### Προαπαιτούμενα (Expected prior knowledge/prerequisites and preparation)

- Εφαρμογή της γνώσης στην πράξη
- Αυτόνομη εργασία

- Ομαδική εργασία
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

### Επιπλέον συνιστώμενη βιβλιογραφία και υλικό προς μελέτη (Literature and study materials / reading list)

- Online readings
  - Πηγές στη βιβλιοθήκη του ιδρύματος.
- 1) Επικοινωνιακή πολιτική και τηλεοπτική αγορά: μηχανισμοί επίτευξης ποιοτικού τηλεοπτικού προγράμματος. Τσουρβάκας, Γεώργιος Ε., Θεσσαλονίκη : University Studio Press, 2006. <http://search.lib.auth.gr/Record/972742>
- 2) Πολιτική οικονομία των ΜΜΕ: η αναδιάρθρωση της βιομηχανίας των Μέσων στην εποχή της πληροφορικής επανάστασης. Λέανδρος, Νίκος, Αθήνα : Καστανιώτης, 2000. <http://search.lib.auth.gr/Record/412821>
- 3) Παίγνια και αποφάσεις: μια εισαγωγική προσέγγιση. Μαγείρου, Ευάγγελος Φ. χ.τ. : Ευάγγελος Μαγείρου, 2009. <http://search.lib.auth.gr/Record/958540>
- Άρθρα (Articles)
- 1) Robert Picard, Reflections on a Quarter Century of JME Publication.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08997764.2014.904592#.VLRedTfSml4>
- 2) Alan Albarran, Journal of Media Economics 25th Anniversary Essay.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08997764.2014.904593#.VLReejfSml4>
- 3) Ben Compaine, Media Economics in Four Observations.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08997764.2014.904594#.VLRejDfSml4>
- 4) Stephen Lacy and Walter E. Niebauer, «Developing and using theory for media economics».  
[http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0802\\_2?journalCode=hmec20#.VLWimzfSml4](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0802_2?journalCode=hmec20#.VLWimzfSml4)
- 5) Michael Wirth and Harry Bloch, «Industrial organization theory and media industry analysis».



[http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0802\\_3?journalCode=hmec20#.VLWljTfSml4](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0802_3?journalCode=hmec20#.VLWljTfSml4)

6) Robert Picard, «Unique characteristics and business dynamics of media products».

<http://www.robertpicard.net/PDFFiles/uniquecharacteristics.pdf>

7) Anthony E. Boardman, Shaun P. Hargreaves-Heap. Network Externalities and Government Restrictions on Satellite Broadcasting of Key Sporting Events.

<http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1007594418031>

8) Robert G. Picard. MEASURING QUALITY BY JOURNALISTIC ACTIVITY.

<http://www.robertpicard.net/files/MeasuringQuality.pdf>

9) Patricia Aufderheide, Public Service Broadcasting in the United States.

[http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0901\\_6?journalCode=hmec20#.VLqplzfSml4](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me0901_6?journalCode=hmec20#.VLqplzfSml4)

10) Alfonso Sanchez-Tabernero, Competition between Public Service and Commercial Television Broadcasting in the European Market.

<http://www.cem.ulaval.ca/pdf/tabernaro.pdf>

11) George Tsourvakas, Public Television Programming Strategy Before and After Competition: The Greek Case.

[http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me1703\\_5?journalCode=hmec20#.VLqumzfSml4](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327736me1703_5?journalCode=hmec20#.VLqumzfSml4)

12) Greg Lowe, The Public in Public Service Media.

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241277.2011.578030#.VLqwOzfSml4>

13) Agnes Gulyas, Corporate social responsibility in the British media industries.

<http://mcs.sagepub.com/content/31/4/657.extract>

14) Bernd Schulze, Thomas Hess, Bernd Eggers. The Internet's Impact on Content Utilization Chains: An Exploratory Case Study on Leading Publishers in Germany.

<http://www.mediajournal.org/ojs/index.php/jmm/article/view/286>

15) Valerie Vaccaro, Deborah Y. Cohn, The Evolution of Business Models and Marketing Strategies in the Music Industry.

<http://www.mediajournal.org/ojs/index.php/jmm/article/view/289>

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

**Άλλα προτεινόμενα μαθήματα του ιδρύματος σχετικών με το πρόγραμμα σπουδών. (Recommended optional program components)**

Οργάνωση και διοίκηση ΜΜΕ (Προπτυχιακό)  
Μάρκετινγκ Επικοινωνιών (Προπτυχιακό)  
Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα (Προπτυχιακό)

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

**Αναθέσεις εργασιών (Assignments).** Διαθέσιμο μόνο στους φοιτητές, όχι στο ευρύ κοινό.

Στην ελληνική γλώσσα. Προαιρετικό.  
Προτείνεται λεκτική περιγραφή που να περιλαμβάνει τα εξής:

- Εργασίες (Homework)
- Tests
- Βαθμολόγηση (Grading): Πως μετράνε οι εργασίες στο τελικό βαθμό

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

**Απαιτήσεις μαθήματος (Course requirements)**

Στην ελληνική γλώσσα. Προαιρετικό.  
Προτείνεται λεκτική περιγραφή που να περιλαμβάνει τα εξής:

- Τεχνικές απαιτήσεις (Technical Requirements)
- Άλλες απαιτήσεις (Other Requirements), Εργασίες (Homework)

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

**Παρατηρήσεις (Remarks)**

Στην ελληνική γλώσσα. Προαιρετικό.

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.

**Ευχαριστίες (Acknowledgments)**

Στην ελληνική γλώσσα. Προαιρετικό.  
Π.χ. σε εκδοτικό οίκο ή άλλο μέλος ΔΕΠ για παραχώρηση εκπαιδευτικού υλικού

Στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα. Προαιρετικό.



## 1.2 Πληροφορίες για τις θεματικές ενότητες ή ενότητες διαλέξεων

### Αριθμός Θεματικών Ενότητων

12

### Τίτλοι Θεματικών Ενότητων

Ενότητα 1: Εισαγωγή στην οικονομική διάσταση των ΜΜΕ  
Ενότητα 2: Θεωρίες οικονομικής οργάνωσης των ΜΜΕ  
Ενότητα 3: Προσφορά και ζήτηση επικοινωνιακών αγαθών  
Ενότητα 4: Ιδιωτικά και Δημόσια ΜΜΕ  
Ενότητα 5: Θεσμοί επικοινωνιακής πολιτικής  
Ενότητα 6: Η επίδραση της τεχνολογίας στην αγορά των ΜΜΕ  
Ενότητα 7: Μορφές αγοράς και συγκέντρωση των ΜΜΕ  
Ενότητα 8: Παίγνια και ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις  
Ενότητα 9: Εταιρική διασπορά και στρατηγικές τιμολόγησης  
Ενότητα 10: Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος  
Ενότητα 11: Εξέλιξη της βιομηχανίας των έντυπων μέσων και επιχειρηματική δημοσιογραφία  
Ενότητα 12: Ηλεκτρονικές, ραδιοτηλεοπτικές και πολιτιστικές βιομηχανίες

### Αναλυτική περιγραφή ενότητων

Ενότητα 1: Εισαγωγή στην οικονομική διάσταση των ΜΜΕ  
Εισαγωγή στη ύλη και στις θεματικές του μαθήματος. Αναφορά βασικών εννοιών.

Ενότητα 2: Θεωρίες οικονομικής οργάνωσης των ΜΜΕ  
Εκτενής αναφορά στις διάφορες θεωρίες οικονομικής οργάνωσης των ΜΜΕ. Θεωρίες οικονομικής ανάλυσης των ΜΜΕ, θεωρία βιομηχανικής οργάνωσης, μακροοικονομία – μικροοικονομία και χαρακτηριστικά τους.

Ενότητα 3: Προσφορά και ζήτηση επικοινωνιακών αγαθών  
Το μάθημα μελετάει τους νόμους ζήτησης και προσφοράς, και στοιχεία όπως η ζήτηση επικοινωνιακών αγαθών, οι διαστάσεις ποιότητας της υπηρεσίας, το δημόσιο συμφέρον και ΜΜΕ.

Ενότητα 4: Ιδιωτικά και Δημόσια ΜΜΕ  
Στη συγκεκριμένη παράδοση η εστίαση γίνεται στη διάκριση των ιδιωτικών με τα δημόσια ΜΜΕ. Εξετάζονται παράγοντες όπως το περιεχόμενο, το μάρκετινγκ καθώς επίσης και η περίπτωση των μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

Ενότητα 5: Θεσμοί επικοινωνιακής πολιτικής  
Αντικείμενο του μαθήματος είναι οι θεσμοί επικοινωνιακής πολιτικής. Βασικές θεματικές της ενότητας είναι οι ρυθμίσεις, αυτορρύθμιση, ανεξάρτητες ρυθμιστικές αρχές, τα άμεσα και έμμεσα κίνητρα.

Ενότητα 6: Η επίδραση της τεχνολογίας στην αγορά των ΜΜΕ  
Η χρησιμότητα των νέων τεχνολογιών. Η επίδραση του διαδικτύου στην παραγωγή και στην λήψη του περιεχομένου. Επιχειρηματικά μοντέλα στην on-line αγορά. Πηγές

εσόδων και αλυσίδα αξίας.

#### Ενότητα 7: Μορφές αγοράς και συγκέντρωση των ΜΜΕ

Η συγκεκριμένη ενότητα αναφέρεται στη δομή και τις διάφορες μορφές της αγοράς των ΜΜΕ, την συγκέντρωση αγοράς αλλά και το πως συμπεριφέρεται ένα μονοπώλιο;

#### Ενότητα 8: Παίγνια και ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις

Πως συμπεριφέρονται οι επιχειρήσεις σε μια αγορά λίγων ΜΜΕ, πως θα τιμολογήσουν, αν θα επιτρέψουν την είσοδο άλλων, πόση διαφήμιση θα κάνουν, εάν θα εισάγουν νέα προϊόντα; Η θεωρία των παιγνίων και βασικά χαρακτηριστικά.

#### Ενότητα 9: Εταιρική διασπορά και στρατηγικές τιμολόγησης

Τι ονομάζουμε εταιρική διασπορά; Στρατηγική Τιμολόγησης, είδη διάκρισης τιμών - είδη τιμολόγησης.

#### Ενότητα 10: Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Τα επίπεδα εσόδων του κλάδου. Υποκατάστατα και συμπληρωματικά. Ανταγωνισμός και διάκριση.

#### Ενότητα 11: Εξέλιξη της βιομηχανίας των έντυπων μέσων και επιχειρηματική δημοσιογραφία

Το μάθημα περιλαμβάνει τρεις βασικές υπο-ενότητες: Πως εξελίχθηκε η αγορά των εφημερίδων/έντυπων μέσων. Αγορά των τοπικών εφημερίδων. Τι σημαίνει επιχειρηματική δημοσιογραφία;

#### Ενότητα 12: Ηλεκτρονικές, ραδιοτηλεοπτικές και πολιτιστικές βιομηχανίες

Επιχειρηματικά μοντέλα και πηγές εσόδων. Το μέλλον της δημόσιας τηλεόρασης και ιδιωτικής τηλεόρασης. Μουσική και Κινηματογραφική παραγωγή

### **Λέξεις – κλειδιά ανά ενότητα**

1. Εισαγωγή, οικονομική διάσταση, ΜΜΕ
2. Θεωρίες, οικονομική οργάνωση, ΜΜΕ
3. Προσφορά, ζήτηση, επικοινωνιακά, αγαθά
4. Ιδιωτικά, δημόσια, ΜΜΕ
5. Θεσμοί, επικοινωνιακής, πολιτικής
6. Επίδραση, τεχνολογίας, αγορά, ΜΜΕ
7. Μορφές, αγοράς, συγκέντρωση ΜΜΕ
8. Παίγνια, ολιγοπωλιακές, επιχειρήσεις
9. Εταιρική, διασπορά, στρατηγικές, τιμολόγησης
10. Στρατηγικές, ανταγωνιστικό, πλεονέκτημα
11. Εξέλιξη, βιομηχανία, έντυπων μέσων, επιχειρηματική δημοσιογραφία
12. Ηλεκτρονικές, ραδιοτηλεοπτικές, πολιτιστικές, βιομηχανίες

### 1.3 Άλλες πληροφορίες μαθήματος

**Κωδικός μαθήματος στο Εύδοξο:**

**Σύνδεσμος συγγράμματος στον Εύδοξο:**

**Σύνδεσμος συγγράμματος στον Κάλλιπο:**

Σε περίπτωση που αναπτυχθεί ηλεκτρονικό σύγγραμμα στο πλαίσιο του προγράμματος Κάλλιπος. Για περισσότερες πληροφορίες ανατρέξτε στο σύνδεσμο: <http://www.kallipos.gr>.

**Θεματική επιστημονική περιοχή.** Θεματική ταξινόμηση σύμφωνα με πρότυπα βιβλιοθηκονομίας. Θα υπάρχουν συγκεκριμένες επιλογές. Η συμπλήρωση πιθανόν να γίνει σε συνεργασία με την αντίστοιχη βιβλιοθήκη του τμήματος ή της σχολής. Θα υπάρξουν διευκρινήσεις σε επόμενη έκδοση.

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

**Άδεια χρήσης Creative Commons (CC):** Θα πρέπει να πραγματοποιηθεί η επιλογή άδειας χρήσης CC σε συνεργασία με το μέλος ΔΕΠ και σε συμφωνία με την αντίστοιχη πολιτική του ιδρύματος.

### 3. Πληροφορίες για το πλαίσιο διάθεσης του μαθήματος

#### 3.1 Πλαίσιο Διάθεσης: Ίδρυμα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

*Σχόλιο: Τα στοιχεία αυτά τα προσθέτει η κεντρική ομάδα υλοποίησης ώστε να μην χρειάζεται η εισαγωγή των στοιχείων αυτών για κάθε μάθημα. Τα στοιχεία αυτά είναι απαραίτητα για την αναζήτηση των μαθημάτων τόσο από την εθνική όσο και ιδρυματική πύλη αναζήτησης ανοικτών μαθημάτων.*

##### Ίδρυμα:

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

##### Περιγραφή Ιδρύματος

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

#### 3.2.Πλαίσιο Διάθεσης: Πρόγραμμα Σπουδών

*Σχόλιο: Τα στοιχεία αυτά τα προσθέτει η τοπική ομάδα υλοποίησης σε συνεργασία με τον εκπρόσωπο του τμήματος ώστε να μην χρειάζεται η εισαγωγή των στοιχείων αυτών για κάθε μάθημα. Τα στοιχεία αυτά είναι απαραίτητα για την αναζήτηση των μαθημάτων τόσο από την εθνική όσο και ιδρυματική πύλη αναζήτησης ανοικτών μαθημάτων και την παροχή εικονικών προγραμμάτων σπουδών.*

##### Τίτλος τμήματος:

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.

##### Τομέας:

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.

### **Τίτλος προγράμματος σπουδών**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.

### **Περιγραφή προγράμματος σπουδών**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.

### **Μαθησιακά αποτελέσματα (Key learning outcomes)**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

### **Λέξεις κλειδιά προγράμματος σπουδών**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.

### **Επίπεδο Προγράμματος Σπουδών**

1. Προπτυχιακό (Undergraduate) / Πρώτος κύκλος (First cycle)



2. Μεταπτυχιακό (Graduate) / Δεύτερος κύκλος (Second cycle)

3. Διδακτορικό (Doctoral) / Τρίτος κύκλος (Third cycle)

**Ομάδα στόχος**

Στην ελληνική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Στην αγγλική γλώσσα. Υποχρεωτικό.

Σε άλλη γλώσσα. Προαιρετικό. Υποχρεωτικό για τμήματα Ξένης Γλώσσας, π.χ. Γαλλική Φιλολογία.