

Τίτλος Μαθήματος	Επαγγελματική Επικοινωνία				
Κωδικός Μαθήματος	COMM107				
Τύπος μαθήματος	Θεωρητικό				
Επίπεδο	Δίπλωμα				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	1^ο Έτος / 2^ο Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Μίτσιγγα Μικαέλλα				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα	0
Στόχοι Μαθήματος	<p>Στόχος του μαθήματος Επαγγελματική Επικοινωνία είναι η εκμάθηση από τους φοιτητές της διαδικασίας της επίσκεψης του ιατρικού επισκέπτη στον επαγγελματία υγείας (π.χ. ιατρό, οδοντίατρο, φαρμακοποιό), πρόσωπο με πρόσωπο. Συγκεκριμένα, καλύπτονται η προετοιμασία της επίσκεψης, η επίσκεψη αυτή καθ' εαυτή και οι ενέργειες που γίνονται μετά την επίσκεψη. Τέλος, το μάθημα στοχεύει στην εκμάθηση της βασικής ιατρικής ορολογίας που αξιοποιείται στο επάγγελμα του Ιατρικού Επισκέπτη.</p>				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <p>Γνώσεις</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Κατανοούν τις διαδικασίες και τους διάφορους τρόπους παρουσίασης του φαρμακευτικού ή παραφαρμακευτικού προϊόντος <p>Δεξιότητες</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Χρησιμοποιούν τα ιατρικά δείγματα και το βοηθητικό, επιστημονικό εποπτικό (έντυπο) υλικό που συνοδεύει το φαρμακευτικό ή παραφαρμακευτικό προϊόν 3. Επιδεικνύουν αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας για τη συνεργασία με τους επαγγελματίες υγείας. 4. Εξασκούν ενεργητική ακρόαση, στις ερωτήσεις και στις τεχνικές χειρισμού ενστάσεων. 5. Παρατηρούν και να προσαρμόζουν τα συλ επικοινωνίας με βάση τις ατομικές προτιμήσεις και περιστάσεις. 6. Χρησιμοποιούν τη βασική ιατρική ορολογία που αξιοποιείται στο επάγγελμα του Ιατρικού Επισκέπτη. <p>Ικανότητες</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Είναι σε θέση να αξιολογούν την πορεία της επικοινωνίας με τον επαγγελματία υγείας σε σχέση με το φάρμακο που αντιπροσωπεύουν 8. Είναι σε θέση να διαμορφώνουν μία αποτελεσματική σχέση με τον επαγγελματία υγείας σε σχέση με το φάρμακο που αντιπροσωπεύουν 				
Προαπαιτούμενα	-	Συναπαιτούμενα	-		
Περιεχόμενο Μαθήματος	<ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή στο επάγγελμα του ιατρικού επισκέπτη Ο σκοπός, τα χαρακτηριστικά και οι ικανότητες του ιατρικού επισκέπτη Επισκόπηση του ρόλου και της σημασίας των ιατρικών επισκεπτών. Κοινωνικό συλ – Επαγγελματική εμφάνιση Δεοντολογικά ζητήματα και επαγγελματική συμπεριφορά. • Κατανόηση του ρόλου του ιατρικού επισκέπτη Χαρακτηριστικά και ικανότητες που απαιτούνται για την επιτυχία. Πεδία δραστηριότητας και κοινό-στόχος. Ειδικότητες ιατρών • Μεθοδολογία για αποτελεσματικές επισκέψεις 				

	<p>Σχεδιασμός και οργάνωση επισκέψεων σε επαγγελματίες υγείας. Ανάπτυξη σχεδίου επισκέψεων και προσδιορισμός βασικών στόχων - γιατρός/ ασθενής/ φαρμακευτικό ή παραφαρμακευτικό προϊόν Στρατηγική προώθησης/ λεπτομερούς φαρμακευτικής προβολής Προσφορά μιας ισορροπημένης επιστημονικής προσέγγισης (αντίληψης) για το προωθούμενο φαρμακευτικό προϊόν Καταληκτική συζήτηση / ολοκλήρωση της προώθησης</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ομαδικές πωλήσεις και δυναμική συμπεριφοράς <p>Τεχνικές για τη συνεργασία με διαφορετικές προσωπικότητες. Ο ρόλος της πειθούς σε ομαδικές συνθήκες.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Στρατηγικές παρακολούθησης (follow-up) <p>Σημασία του follow-up και της διατήρησης των σχέσεων. Αποτελεσματική επικοινωνία μετά την επίσκεψη.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Στρατηγικές αποτελεσματικής επικοινωνίας <p>Τεχνικές ακρόασης και ερωτήσεων. Δεξιότητες παρατήρησης / στοιχεία παρατήρησης Δημιουργία ελκυστικών συνομιλιών και οικοδόμηση σχέσεων Βασικά χαρακτηριστικά της γλώσσας του σώματος (θέση σώματος, χειρονομίες, έκφραση προσώπου, οπτική επαφή, χρήση του χώρου κ.λπ.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πρωθητικό υλικό και ενημέρωση για προϊόντα <p>Στρατηγικές για την παρουσίαση των πλεονεκτημάτων των προϊόντων. Χειρισμός αντιρρήσεων και αποτελεσματική προώθηση των χαρακτηριστικών του προϊόντος. Ενδείξεις για συζήτηση / στοιχεία για περαιτέρω επεξεργασία</p> <ul style="list-style-type: none"> • Υπόδηση ρόλων <p>Πρακτικές ασκήσεις που προσομοιώνουν σενάρια του πραγματικού κόσμου Σενάρια που σχετίζονται με την εργασία μπροστά σε καθρέφτη Ανατροφοδότηση και προβληματισμός σχετικά με τις επικοινωνιακές δεξιότητες.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατανόηση της ιατρικής ορολογίας <p>Βασικά στοιχεία της ιατρικής γλώσσας και φαρμακευτικοί όροι. Ερμηνεία των ιατρικών συμβόλων και συντομογραφιών.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γνώση και ενημέρωση για τα προϊόντα <p>Εξοικείωση με τα φαρμακευτικά προϊόντα και τις οδηγίες χρήσης. Διαφοροποίηση μεταξύ διαφόρων κατηγοριών προϊόντων.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οι νόμοι του αντίκτυπου στην επικοινωνία <p>Κατανόηση των αρχών της αποτελεσματικής επικοινωνίας. Προσαρμογή των στυλ επικοινωνίας για μέγιστο αντίκτυπο.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αντιμετώπιση των αντιρρήσεων και της επιθετικότητας <p>Τεχνικές για τον χειρισμό των αντιρρήσεων και της επιθετικής συμπεριφοράς. Διατήρηση του επαγγελματισμού σε δύσκολες καταστάσεις.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση και αξιολόγηση της προόδου <p>Παρακολούθηση και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας. Καθορισμός στόχων για βελτίωση.</p>
<p>Μεθοδολογία Διδασκαλίας</p>	<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος θα διδαχθεί με: Παρουσιάσεις Power Point, με καθοδηγούμενες συζητήσεις με την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών, ατομική και ομαδική εργασία από τους φοιτητές και τη χρήση μιας ποικιλίας οπτικοακουστικών μέσων και άλλων διδακτικών βοηθημάτων, όπως απαιτείται για την παράδοση κάθε ενότητας.</p> <p>Οι ασκήσεις υπόδησης ρόλων ενσωματώνονται σε όλο το μάθημα, επιτρέποντας στους φοιτητές να εξασκηθούν και να επιδείξουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες σε ρεαλιστικά σενάρια. Κάθε ενότητα περιλαμβάνει συγκεκριμένες προσομοιώσεις ρόλων σχετικές με το θέμα που</p>

	<p>καλύπτεται, όπως ο σχεδιασμός επισκέψεων, η λεπτομερής παρουσίαση προϊόντων, ο χειρισμός αντιρρήσεων και οι στρατηγικές παρακολούθησης. Οι φοιτητές λαμβάνουν εποικοδομητική ανατροφοδότηση από το διδάσκοντα και τους συμφοιτητές τους για να βελτιώσουν την επικοινωνιακή τους επάρκεια και τις ικανότητες επίλυσης προβλημάτων.</p>								
<p>Βιβλιογραφία</p>	<p>Ελληνική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Morris, T. (2017). <i>Σύγχρονες δημόσιες σχέσεις</i>. Κλειδάριθμος, ISBN 978-960-461-773-9 . • Αλβανός, P. (2016). <i>Δημόσιες σχέσεις: Θεωρία και πρακτική της επαγγελματικής επικοινωνίας</i>. Επίκεντρο, ISBN 978-960-458-674-5. • Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2014). <i>Δημόσιες σχέσεις</i>. Αθ. Σταμούλης, ISBN: 978-960-351-957-7. • Αρναούτογλου, Ε. (2015). <i>Δημόσιες σχέσεις: μία σύγχρονη προσέγγιση</i>. Rosili, ISBN: 978-960-7745-37-8. • Παπαλεξανδρή, Ν. Α. (2014). <i>Δημόσιες σχέσεις: η λειτουργία της επικοινωνίας στους σύγχρονους οργανισμούς</i>. Ε. Μπέου. ISBN: 978-960-359-112-2. • Wilcox, D. L. (2014). <i>Δημόσιες σχέσεις: Στρατηγικές και τεχνικές</i>. Ιων, ISBN: 9789605081539 • Γιαννουλέας, Μιχάλης Π. (2011), <i>Συμπεριφορά και διαπροσωπική επικοινωνία στον εργασιακό χώρο</i>, Εκδόσεις Πεδίο, ISBN: 9789609552745. • Cornelissen, Joep (2016), <i>Εταιρική επικοινωνία</i>, Δίαυλος, ISBN: 9789605313548. • Harvard Business Essentials (2011), <i>Εταιρική επικοινωνία</i>, Μοντέρνοι Καιροί, ISBN: 9789604940080. • Pease, Allan (2017), <i>Το απόλυτο βιβλίο για τη γλώσσα του σώματος</i>, Ιβίσκος, ISBN 978-618-5093-52-5. • Πανουτσόπουλος, Γεώργιος Ι. (2016) <i>Αγγλική ορολογία για επιστήμονες υγείας</i>, Δίσιγμα, ISBN: 978-960-9495-93-6. <p>Αγγλική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tench, R., and Yeomans, L. (2017). <i>Exploring public relations: Global strategic communication</i>. 4th Edition. Pearson. ISBN: 9781292112183 • Wilcox, D. L., and Cameron, G. T. (2012). <i>Public relations: Strategies and tactics</i>. 10th Edition. Allyn & Bacon. ISBN: 9780205099160 • Issaias, P. (2004). <i>Pharmadetailings: The Science of Dialectic Pharmatherapeutic Detailing</i>, Athens, ISBN: 960-91949-1-5. • Melfa, Frank A. (2005), <i>Pharmaceutical Landing: How To Land The Pharmaceutical Sales Job You Want And Succeed In It!</i>, Power Writings, ISBN: 0-9641640-9-4. • Lidstone John (2003), <i>Presentation Planning and Media Relations for the Pharmaceutical Industry</i>, Gower Publishing Company, ISBN: 0-566-08536-4. • Farb Daniel & Gordon Bruce (2005) <i>Powerful Pharmaceutical Sales Guidebook, University Of Health Care</i>, ISBN: 1-59491-263-7. • Griffin, Em (2015), <i>A first look at communication theory</i>, Mc Graw Hill Education, ISBN: 9780073523927. 								
<p>Αξιολόγηση</p>	<table border="0"> <tr> <td>• Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>• Εργασίες/ Μελέτες/ Ασκήσεις υπόδησης ρόλων</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>• Παρουσίαση</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>• Τελική Εργασία</td> <td>40%</td> </tr> </table>	• Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα	10%	• Εργασίες/ Μελέτες/ Ασκήσεις υπόδησης ρόλων	30%	• Παρουσίαση	20%	• Τελική Εργασία	40%
• Παρουσία και συμμετοχή στο μάθημα	10%								
• Εργασίες/ Μελέτες/ Ασκήσεις υπόδησης ρόλων	30%								
• Παρουσίαση	20%								
• Τελική Εργασία	40%								
	<p><i>Η γραπτή εξέταση αποτελείται από δύο μέρη, τα οποία εξετάζονται ταυτόχρονα, στο πλαίσιο ενός ενιαίου γραπτού. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις κλειστού</i></p>								

	<p>τύπου, όπως ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, σωστό ή λάθος, ερωτήσεις αντιστοίχισης, ερωτήσεις συμπλήρωσης κενών κ.λπ. Το πρώτο μέρος συνήθως λαμβάνει το 40% - 50% της συνολικής βαθμολογίας του γραπτού εξέτασης. Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις ανοιχτού τύπου που έχουν σκοπό να αξιολογήσουν τις ικανότητες των φοιτητών να αναλύουν, να αναστοχάζονται, να εξηγούν, να ανακαλούν κ.λπ. Το δεύτερο μέρος συνήθως λαμβάνει το 50% - 60% της συνολικής βαθμολογίας του γραπτού. Η συνολική βαθμολογία της γραπτής εξέτασης είναι το 100.</p>
Γλώσσα	Ελληνική ή Αγγλική