

## Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία

Τόμ. 16, Αρ. 2 (2020)



Εξ αποστάσεως συμβουλευτική και κινητοποίηση μέσω βίντεο-παρεμβάσεων στο πεδίο Οικονομίας και Διοίκησης

*Στέφανος Ιωσήφ Αρμακόλας, Ελένη Καρφάκη*

doi: [10.12681/jode.23150](https://doi.org/10.12681/jode.23150)

Βιβλιογραφική αναφορά:

**Εξ αποστάσεως συμβουλευτική και κινητοποίηση μέσω βίντεο-παραμβάσεων  
στο πεδίο Οικονομίας και Διοίκησης**

**Distance counseling and motivation through video-interventions on the scientific  
field of Economics and Management**

Στέφανος Ιωσήφ Αρμακόλας  
ΑΣΠΑΙΤΕ

Πανεπιστήμιο Πατρών

<http://orcid.org/0000-0003-1264-7066>

Ελένη Καρφάκη  
Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ακαδημαϊκή Υπότροφος)  
Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,  
Πανεπιστήμιο Πελοποννησού  
[ekarfaki@uop.gr](mailto:ekarfaki@uop.gr)

### **Summary**

The literature review of the field of Counselling and Professional Orientation highlights the research focus on scientific and technical issues related to the counselling process. This includes various stages of development of personal and decision-making skills – from the moment of creation of an alliance between the counsellor and the counsellee, to the achievement of self-knowledge, self-confidence and self-esteem, to the presentation of new perspectives and guidelines towards a decision between alternatives, and finally to the implementation, that is the selection of techniques to achieving goals.

Modern times is full of challenges for education, due to both the increased demand for studies, as they are linked to career building, and the specialization required by the market that is being intensified by scientific and technological evolution. Within the framework of Higher Education, these challenges are reflected in the educational, counselling and professional orientation needs of students and are mainly related to the use of a variety of Information and Communication Technologies (ICT).

This paper discusses the use of ICT, giving emphasis on video as a tool to support educational and distance counselling practice in Higher Education. It focuses on the scientific field of Economics and Management and examines the degree of student motivation for further activity after watching a video. The methodology includes the design, implementation and evaluation of five counselling scenarios for student support based on their main concerns in the field of Economics and Management. The counselling intervention included the evaluation of the contribution of video to student motivation through an electronic questionnaire. The results confirm the power and attractiveness of the moving image in the production of meanings that increase the effectiveness of a counselling intervention and lead to the motivation of students for further study and activity in their field of concern.

**Keywords:** ICT, video, distance counselling, career guidance, motivation, Economics and Management.

## Περίληψη

Η παρούσα εργασία διαπραγματεύεται τη χρήση ΤΠΕ, με έμφαση στο βίντεο ως εργαλείο υποστήριξης της εκπαιδευτικής και συμβουλευτικής πρακτικής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Εστιάζει στο επιστημονικό πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης και ο σκοπός της είναι να εξετάσει το βαθμό κινητοποίησης των ενδιαφερομένων για εκπαίδευση για περαιτέρω δραστηριοποίηση μετά την παρακολούθηση του βίντεο. Σύμφωνα με τη δομή της εργασίας η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε περιλαμβάνει το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την αξιολόγηση πέντε σεναρίων υποστήριξης των φοιτητών πάνω στους βασικότερους προβληματισμούς τους σχετικά με το πεδίο Οικονομίας και Διοίκησης. Η συμβουλευτική παρέμβαση περιελάμβανε την αξιολόγηση της συμβολής του βίντεο στην κινητοποίηση των εκπαιδευομένων μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης επιβεβαιώνουν τη δύναμη και ελκυστικότητα της κινούμενης εικόνας στην παραγωγή νοημάτων που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της συμβουλευτικής παρέμβασης και οδηγούν στην κινητοποίηση των ενδιαφερομένων για περαιτέρω μελέτη και δραστηριοποίηση στο πεδίο ενδιαφέροντός τους.

**Λέξεις κλειδιά:** ΤΠΕ, βίντεο, εξ αποστάσεως συμβουλευτική, επαγγελματικός προσανατολισμός, κινητοποίηση, Οικονομία και Διοίκηση.

## Εισαγωγή

Η σύγχρονη εποχή είναι γεμάτη προκλήσεις για την εκπαίδευση, λόγω τόσο της αυξημένης ζήτησης για σπουδές αφού συνδέονται άρρηκτα με την επαγγελματική αποκατάσταση (Harvey, 2000; IOBE, 2017), όσο και της εξειδίκευσης που απαιτεί η αγορά (Adecco, 2017) που εντείνεται περαιτέρω από την εξέλιξη της επιστήμης και της τεχνολογίας (Γεωργίου, 2018). Στο πλαίσιο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης οι προκλήσεις αυτές αντανακλώνονται στις ανάγκες εκπαίδευσης, συμβουλευτικής και επαγγελματικού προσανατολισμού των φοιτητών και σε μεγάλο βαθμό αφορούν στη χρήση ποικίλων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (Armakolas et al., 2018; Griva et al., 2019).

## Εξ αποστάσεως εκπαίδευση και η χρήση του βίντεο

Σήμερα οι περισσότερες δραστηριότητες καθορίζονται από τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) οι οποίες εξελίσσονται ταχύτατα. Η εκπαίδευση δε θα μπορούσε να μείνει έξω από αυτή την επίδραση. Η οπτικοακουστική εμπειρία μπορεί να εμπλουτίσει την εκπαιδευτική διαδικασία με τα πολλά πλεονεκτήματά της (Παναγιωτακόπουλος, 2013). Ειδικά το ψηφιακό βίντεο μέσω της οπτικοακουστικής δύναμης και της αμεσότητάς του, που προκύπτει από το συνδυασμό εικόνας, ήχου, κειμένου και άλλων στοιχείων, έχει τη ικανότητα να παρουσιάζει αυτές τις πληροφορίες κατά τρόπο συνεπή και ελκυστικό (Zhang et al., 2006) και να εκπληρώνει πολλαπλούς παιδαγωγικούς ρόλους (ελκυστικό, κατευθυντικό, διδακτικό, ενισχυτικό, δημιουργικό) (Amundson et al., 2006). Βάσει των παραπάνω, δύναται να αποτελέσει ένα αποτελεσματικό εργαλείο στην υπηρεσία της εκπαιδευτικής και συμβουλευτικής διαδικασίας, σε διάφορα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα, ψηφιακά και συμβατικά.

Ειδικά στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση το βίντεο διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο (Bates, 2015; Laaser & Toloza, 2017), καθώς ο οπτικοακουστικός συνδυασμός προσδίδει ζωντάνια στο λόγο ενισχύοντας το ενδιαφέρον των εκπαιδευομένων προς

την ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους και την αποτελεσματική διαδικασία μάθησης (Λιοναράκης, 1998). Πρακτικά, η ελκυστικότητα του βίντεο έγκειται στην ικανότητα προσαρμογής του στις ιδιαίτερες εκπαιδευτικές ανάγκες κάθε μαθησιακού στόχου και στην ευκολία δημιουργίας και ενσωμάτωσής του με απλά μέσα και εργαλεία (Movie Maker, Powtoon, VideoScribe, Youtube, αποθετήρια κ.α.) που καταλήγουν σε ένα πολύ ποιοτικό αποτέλεσμα εφάμιλλο του επαγγελματικού (Millerson & Owens, 2008). Επίσης μέσα από τη χρήση του βίντεο ενισχύονται η συνεργασία, η επικοινωνία και η αλληλεπίδραση (Αρβανιτίδου κ.α., 2016).

Σήμερα, η συγκυρία αυξημένου εύρους ζώνης μπορεί να ενισχύσει την ενσωμάτωση βίντεο και άλλων πολυμέσων (Watts, 2001) και να αυξήσει την ευελιξία και ποιότητα που προσδίδουν οι ΤΠΕ στις εκπαιδευτικές και συμβουλευτικές διαδικασίες (Bimrose & Barnes, 2010; Hooley et al., 2010). Μπροστά σε αυτή την ευκαιρία ανάπτυξης της ηλεκτρονικής συμβουλευτικής, της αξιοποίησης δηλαδή των ΤΠΕ στη διαδικασία της συμβουλευτικής. Αναγνωρίζεται ωστόσο η θετική της επίδραση κυρίως στην προσωπική ανάπτυξη (Kolog et al., 2014; Mikropoulos, 2018), καθώς και η σημασία της για τη διευκόλυνση της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, καθιστώντας τις ΤΠΕ και ειδικά το βίντεο αναγκαία για πλήρη ενσωμάτωση στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών (Owolabi, 2018). Η δυνατότητα που προσφέρουν οι ΤΠΕ στην επεξεργασία και ενσωμάτωση του βίντεο στο πλαίσιο της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης είναι, σύμφωνα με τους Laaser και Toloza (2017), άκρως θεμιτή, αν και αναξιοποίητη ως προς την παιδαγωγικά ποιοτική αποτελεσματικότητα του βίντεο. Η τελευταία εκφράζεται ως αναγκαιότητα στη σχετική βιβλιογραφία (Koumi, 2006; Αρβανιτίδου κ.α., 2016) και στις ελάχιστες προσπάθειες αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας του βίντεο σε διάφορα πλαίσια εκπαίδευσης (Karfaki & Armakolas, 2019; Παπαδέλα κ.α., 2020).

### **Κινητοποίηση στο πλαίσιο της συμβουλευτικής και του επαγγελματικού προσανατολισμού**

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση του πεδίου της Συμβουλευτικής και Επαγγελματικού Προσανατολισμού υπογραμμίζει την εστίαση της έρευνας στα επιστημονικά και τεχνικά ζητήματα που σχετίζονται με τη διαδικασία συμβουλευτικής η οποία σύμφωνα με την Μαλικιώτη-Λοΐζου (2002), περιλαμβάνει διάφορα στάδια ανάπτυξης προσωπικών δεξιοτήτων και λήψης αποφάσεων – από τη δημιουργία συμμαχίας μεταξύ του συμβούλου και συμβουλευόμενου, στην καλλιέργεια αυτογνωσίας, αυτοπεποίθησης και αυτοεκτίμησης για την εκπλήρωση στόχων, στην παρουσίαση νέων προοπτικών και καθοδήγησης για απόφαση μεταξύ εναλλακτικών λύσεων, και τέλος στην υλοποίηση, στην επιλογή τεχνικών για την επίτευξη των στόχων. Τα μοναδικά ερευνητικά δεδομένα στο συγκεκριμένο πλαίσιο εστιάζουν κυρίως στο βίντεο ως εργαλείο αυτοβελτίωσης και καλλιέργειας δεξιοτήτων μέσω της συμβουλευτικής διαδικασίας (i.e. Owolabi, 2018), στη χρήση του βίντεο ως εργαλείου επικοινωνίας κατά τη συμβουλευτική διαδικασία (Αντωνέλλου κ.α., 2005; Kolog et al., 2014) και στη μεταβολή της αυτοαντίληψης (Vassilopoulos, 2003).

Η συγκριτική μελέτη των ελληνικών πηγών αποκάλυψε εστίαση (i) στην θεσμική οργάνωση του πεδίου (Katsanevas, 2008; Μαλικιώση-Λοΐζου, 2011), (ii) στους παράγοντες που επηρεάζουν τις επαγγελματικές επιλογές όπως η επιρροή της οικογένειας (Κουπενου, 2011) ή του φύλου (Κιούση κ.α., 2017), (iii) η εφαρμογή σε ειδικές ομάδες όπως τα ΑΜΕΑ (Δελλασούλας, 2002, Μάινα, 2011), οι γυναίκες (Σιδηροπούλου-Δημακάκου, 2002), άτομα άνω των 50 ετών (Χατζηπαναγιώτου, 2012), σπουδαστές σχολείων 2ης ευκαιρίας (Ανδρεάδης, 2007) και (iv) των τεχνικών και μέσων σχετικά με τη διαδικασία παροχής συμβουλών, όπως τα θέματα ποιότητας

(ΕΚΕΠ, 2007α). Από την άλλη πλευρά, η διεθνής βιβλιογραφία επικεντρώνεται περισσότερο στο έργο του συμβούλου ως επαγγελματία (Skonholt & Trotter-Mathison, 2014; Herr & Cramer, 2016), δίνοντας ταυτόχρονα έμφαση στην εφαρμογή σε επαγγελματικούς χώρους όπως ο αθλητισμός (Murphy, 2012), στην παγκόσμια διαχείριση (Cappellen & Janssens, 2005) και στην επιχειρηματικότητα (Henderson & Robertson, 2000).

Στη βάση των ανωτέρω, η μελέτη της κινητοποίησης, δηλαδή της καταστασιακής οικοδόμησης μέσω της μάθησης μιας εννοιολογικής κατασκευής (Bandura, 1997) για την ενεργοποίηση των συμμετεχόντων για περαιτέρω δραστηριοποίηση μετά την παρακολούθηση του βίντεο, κρίνεται σημαντική. Οι θεωρίες κινήτρων ασχολούνται με τα είδη τους και τη σπουδαιότητά τους, εστιάζοντας στις πηγές και τις εκφράσεις της κινητοποίησης (Pintrich 2003). Συνδυάζονται με την αξιοποίηση των ΤΠΕ, παρέχοντας τη δυνατότητα σχεδιασμού και υλοποίησης ποικίλων παρεμβάσεων προσαρμοσμένων στους εκάστοτε μαθησιακούς στόχους σε βαθμό τέτοιο που μέσω της εμπλοκής τους με την τεχνολογία οι συμμετέχοντες να ενδυναμωθούν και να κινητοποιηθούν με ενεργητική συμμετοχή σε διάφορες εργασίες (Koochang et al., 2009; Neo & Neo, 2010). Ωστόσο, η βιβλιογραφική επισκόπηση αναφορικά με την κινητοποίηση εστιάζει κυρίως στη διαδικασία ενσωμάτωσης βίντεο στην εκπαιδευτική πρακτική (Koh, 2016; Koumi, 2006), παρά στην αξιολόγηση της εκπαιδευτικής αξίας αυτής της ενσωμάτωσης.

Η ενσωμάτωση των ΤΠΕ στη συμβουλευτική διαδικασία φαίνεται να είναι ιδιαίτερα προκλητική στον τομέα της Οικονομίας και Διοίκησης, όπου υπάρχουν ποικίλες επαγγελματικές διαδρομές και ανάγκες προσανατολισμού. Πιο αναλυτικά, το πεδίο χαρακτηρίζεται από πολλές φάσεις όπου πρέπει να ληφθεί μια απόφαση: κατά την κατανόηση ενός επαγγέλματος, την επιλογή σχολής από τους επιτυχόντες στο πανεπιστήμιο, την επιλογή εξειδίκευσης, τις επιλογές κινητικότητας, τις δυνατότητες μεταπτυχιακής εκπαίδευσης, τη διαδικασία της συνέντευξης, το σχεδιασμό βιογραφικού, τον προσανατολισμό στην επαγγελματική επιλογή της επιχειρηματικότητας, που αποτελεί ένα από τα πλέον δυναμικά πεδία συμβουλευτικής τα τελευταία χρόνια κ.α. Επιπλέον, σήμερα ο χάρτης της απασχόλησης αλλάζει, τα ακαδημαϊκά προγράμματα σπουδών απέχουν από τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και οι φοιτητές φαίνεται να απογοητεύονται από την έλλειψη καθοδήγησης, ιδιαίτερα όσον αφορά την επιχειρηματικότητα (ΕΥ et al., 2017) που αποτελεί μια πολύ δημοφιλή επαγγελματική επιλογή στην Ελλάδα (IOBE, 2016).

### **Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα**

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διαφωτίσει τις προαναφερθείσες πτυχές της βιβλιογραφικής έρευνας. Η υπόθεση που διερευνάται είναι αν οι ΤΠΕ, ιδιαίτερα το ψηφιακό βίντεο, αυξάνει την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας ηλεκτρονικής υποστήριξης της εκπαιδευτικής πρακτικής, ειδικά ως προς την κινητοποίηση των ενδιαφερομένων, μέσω της συμβουλευτικής και του επαγγελματικού προσανατολισμού, στο ανεξερεύνητο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης. Η σπουδαιότητα και η καινοτομία της έρευνας έγκειται στο γεγονός ότι αποτελεί την πρώτη βιβλιογραφική καταγραφή και αποτίμηση της χρήσης του βίντεο στο ανωτέρω πεδίο.

Προς αυτή την κατεύθυνση διερευνήθηκαν συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποιος τύπος βίντεο κινητοποιεί περισσότερο τους εκπαιδευόμενους;
2. Πώς η κινητοποίηση μέσω βίντεο διαφοροποιείται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά;
3. Ποιος είναι ο βαθμός κινητοποίησης των υποκειμένων σε κάθε βιντεοπαρέμβαση;

## **Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογική προσέγγιση που υιοθετήθηκε στην παρούσα έρευνα ακολουθεί τις αρχές της συμμετοχικής έρευνας που στο πλαίσιο της εκπαίδευσης μετουσιώνεται στην έρευνα δράσης, τη συμμετοχή δηλαδή του εκπαιδευτή, ως υποκειμένου μελέτης, στον σχεδιασμό, την εκτέλεση, την αξιολόγηση, την εξαγωγή συμπερασμάτων και την ανατροφοδότηση με στόχο την κατανόηση και συνεχή βελτίωση της εκπαιδευτικής πραγματικότητας (Παναγιωτακόπουλος & Σαρρής, 2015). Επίσης η έρευνα δράσης είναι ζωτικής σημασίας για την μελέτη και αλλαγή μιας κατάστασης ή γνώσης σχετικά με την Οικονομία και Διοίκηση, επειδή μέσω της βιωματικότητας υπερβαίνει την προβληματική στατικότητα των παραδοσιακών προσεγγίσεων απλής ανάλυσης και αναφοράς μιας κατάστασης (Maylor et al., 2016). Προς την κατεύθυνση απάντησης στα ανωτέρω ερωτήματα αναπτύχθηκαν πέντε συμβουλευτικές παρεμβάσεις με ψηφιακό βίντεο που καλύπτουν, ενδεικτικά και όχι εξαντλητικά, τα βασικά στάδια των αναγκών για συμβουλευτική στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης. Τα στάδια αυτά ανιχνεύτηκαν μέσα από μια ποιοτική έρευνα προσδιορισμού αναγκών συμβουλευτικής σχετικά με τις σπουδές στο πεδίο αυτό, τη δυσνόητη έννοια του μάντζερ, τα τμήματα ΑΕΙ που παρέχουν προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών, τη διαδικασία της συνέντευξης και την επαγγελματική επιλογή της επιχειρηματικότητας.

Αρχικά διεξήχθη ποιοτική έρευνα με ημιδομημένες συνεντεύξεις βάσει συγκεκριμένου πρωτοκόλλου και οδηγού συνέντευξης, σε 13 άτομα, ηλικίας 17-35 ετών, για να προσδιορίσουν οι ανάγκες υποστήριξής τους. Ακολουθήθηκε συγκεκριμένη μεθοδολογία ανάλυσης του υλικού ποιοτικής έρευνας (Παναγιωτακόπουλος & Σαρρής, 2015), που περιελάμβανε την συλλογή των κειμένων των συνεντεύξεων, την διάκριση των εμφατικών στοιχείων, την εξοικείωση με το περιεχόμενο, την δημιουργία πέντε θεματικών κατηγοριών όπως αναφέρθηκαν παραπάνω, την εννοιολογική οργάνωση των επιμέρους θεμάτων, τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ των θεμάτων, την ανάλυσή τους και εξαγωγή του ερευνητικού εργαλείου – βιντεοπαρεμβάσεων, βάσει της σύνδεσης των θεμάτων αυτών με το θεωρητικό πλαίσιο και τη βιβλιογραφία. Στο πλαίσιο αυτό δημιουργήθηκαν τα πέντε βίντεο, ενσωματώθηκαν στις αντίστοιχες παρεμβάσεις και ακολούθησε η αξιολόγησή τους.

## **Το ερευνητικό εργαλείο**

Η αξιολόγηση διεξήχθη μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Για το σχεδιασμό του ερευνητικού εργαλείου, ελήφθησαν υπόψη διάφορα κριτήρια για την αξιολόγηση βίντεο που ανιχνεύθηκαν στη βιβλιογραφία (Παναγιωτακόπουλος κ.α., 2003; Amundson et al., 2006). Παράλληλα προβλέφθηκε η διαδικασία της ηλεκτρονικής συμβουλευτικής να ακολουθεί τις βασικές αρχές της υποστηρικτικής διαμεσολαβητικής δράσης του καθηγητή – συμβούλου μέσω της αποφυγής τυχόν κατευθυντηρίων ερωτήσεων (Panagiotakopoulos et al., 2016). Μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν, πέραν του προφίλ των συμμετεχόντων της έρευνας, την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του βίντεο μέσω της μέτρησης της κινητοποίησης που δημιουργεί η παρακολούθησή του στο φοιτητή. Το ερωτηματολόγιο απεστάλη σε 320 ενδιαφερόμενους (μαθητές, φοιτητές, αποφοίτους) στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης. Ο αριθμός των ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν πλήρως ήταν 66 και ο αριθμός των ηλεκτρονικών παρεμβάσεων που ολοκληρώθηκαν ήταν 101, δεδομένου ότι ο

συμβουλευόμενος μπορεί να χρειαστεί καθοδήγηση σε περισσότερα από ένα ζητήματα. Η χρονική διάρκεια της έρευνας ήταν από 1/3/2018 έως 31/3/2018.

### **Βίντεο παρεμβάσεις**

Οι πέντε συμβουλευτικές παρεμβάσεις μέσω του βίντεο αποσκοπούσαν στην υποστήριξη των εκπαιδευόμενων προς την κατανόηση των ενδιαφερόντων και των εκπαιδευτικών και επαγγελματικών ευκαιριών που έχουν:

Παρέμβαση 1: Γνωριμία με τον τομέα της Οικονομίας και των Επιχειρήσεων

Σκοπός αυτής της παρέμβασης είναι η ενημέρωση του εκπαιδευόμενου για τις επιστημονικές και επαγγελματικές ευκαιρίες στον τομέα της Οικονομίας και Διοίκησης. Αυτό το βίντεο δημιουργήθηκε από τον Εθνικό Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων και Επαγγελματικού Προσανατολισμού (ΕΟΠΠΕΡ) και είναι προσβάσιμο στην εξειδικευμένη βάση δεδομένων του φορέα μέσω του υπερσυνδέσμου: <https://www.youtube.com/watch?v=QYZNLZYJoU0>.

Παρέμβαση 2: Ποιος είναι manager και τι κάνει;

Στο πλαίσιο αυτής της παρέμβασης ο εκπαιδευόμενος ενημερώνεται για το ρόλο και τις δεξιότητες του manager, μέσα από μια εικονογραφημένη αφήγηση ειδικά δημιουργημένη στην εφαρμογή cartoon-αισθητικής Powtoon. Η ιστορία παρουσιάζει 3 managers που αλληλεπιδρούν για να παρουσιάσουν το προφίλ του manager σε μια προβληματισμένη νεαρή κοπέλα που ενδιαφέρεται να σπουδάσει Διοίκηση Επιχειρήσεων. Είναι προσβάσιμο στον ιστότοπο: <https://youtu.be/FNln3TiqUUU>.

Παρέμβαση 3: Γνωρίζοντας τα ελληνικά ΑΕΙ Οικονομίας και Διοίκησης

Αυτή η παρέμβαση αποσκοπεί στην ενημέρωση των εκπαιδευόμενων ως προς τις δυνατότητες επιλογής σπουδών σε διάφορα Τμήματα ΑΕΙ στην Ελλάδα. Το βίντεο αποτελεί ένα οδοιπορικό στον χάρτη των ελληνικών ΑΕΙ, δημιουργήθηκε στο Prezi και καταγράφηκε σαν βίντεο με τον καταγραφέα οθόνης των AroweRec. Το βίντεο είναι προσβάσιμο στον ιστότοπο <https://youtu.be/gADJLuLo4bU>.

Παρέμβαση 4: Αναπτύσσοντας δεξιότητες συνέντευξης

Σκοπός της συγκεκριμένης παρέμβασης είναι να ενισχυθούν η αυτογνωσία και οι δεξιότητες του εκπαιδευόμενου για μια επιτυχημένη συνέντευξη και περιλαμβάνει παιχνίδι ρόλων με προσομοίωση της διαδικασίας της συνέντευξης, με απάντηση σε συνήθεις ερωτήσεις συνεντεύξεων και βιντεοσκόπηση του ίδιου πριν και μετά την παρακολούθηση ενός ειδικού βίντεο εξάσκησης στη συνέντευξη. Το βίντεο δημιουργήθηκε από την συνεργάτιδα της Microsoft Cognitive Group και βρίσκεται στον ιστότοπο <https://youtu.be/tHKUu090B2g>. Η ενσωμάτωσή του ακολουθεί την προτεινόμενη από την UNESCO (2002) για τον επαγγελματικό προσανατολισμό των φοιτητών.

Παρέμβαση 5: Ανάπτυξη επιχειρηματικής ιδέας.

Αυτή η παρέμβαση στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων σχεδίασης και επικοινωνίας, που είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική μετατροπή μιας επιχειρηματικής ιδέας σε μια βιώσιμη επιχείρηση. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκαν έξι βίντεο βασισμένα στην διαδεδομένη τεχνική επιχειρηματικού σχεδιασμού “Business Model Canvas” που είναι προσβάσιμα στον υπερσύνδεσμο <https://www.youtube.com/playlist?list=PLiI8bQQag6UwHwVrhhDndnxUJ2floDJoH>.

### **Αποτελέσματα**

#### **Αξιοπιστία του ερευνητικού εργαλείου**

Αρχικά ελέγχθηκε η αξιοπιστία των υποκλιμάκων που συνιστούν το ερωτηματολόγιο μέσω του συντελεστή εσωτερικής συνάφειας Cronbach's Alpha. Ο έλεγχος

πραγματοποιήθηκε για κάθε μία από τις παρεμβάσεις. Τα αποτελέσματα παρατίθενται συγκεντρωτικά στον Πίνακα 1 που ακολουθεί.

Πίνακας 1. Έλεγχος Αξιοπιστίας Cronbach's alpha

Παρέμβαση	Περιεχόμενο	St.Cronbach's Alpha
1	Το πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης	0,812
2	Ο manager και οι δεξιότητές του	0,867
3	Τα ελληνικά ΑΕΙ Οικονομίας και Διοίκησης	0,877
4	Η αποτελεσματική συνέντευξη	0,854
5	Από την επιχειρηματική ιδέα στην επιχείρηση	0,814

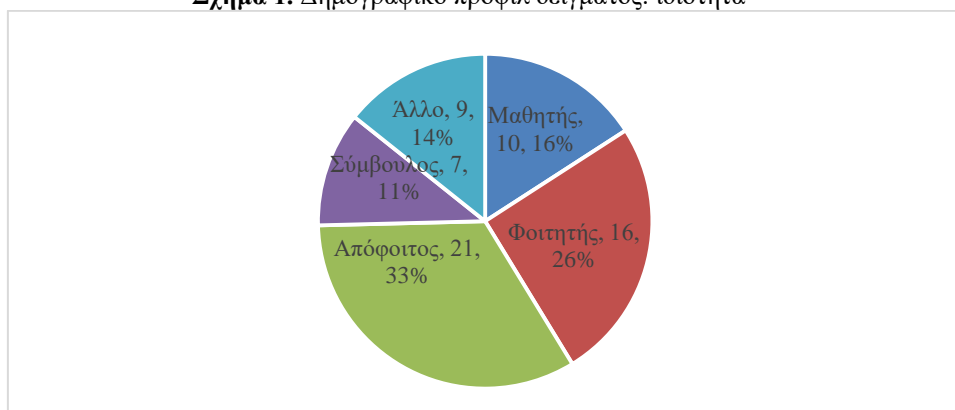
Οι τιμές  $0,812 > \alpha > 0,867$ , σύμφωνα με τους Παναγιωτακόπουλο & Σαρρή (2015), αναδεικνύουν μία πολύ ισχυρή εσωτερική συνάφεια για το ερωτηματολόγιο κάθε παρέμβασης.

### Το προφίλ δείγματος

Το δείγμα μας αποτελείται από 55% γυναίκες και 45% άνδρες, ενώ οι περισσότεροι από αυτούς είναι φοιτητές (40%) και απόφοιτοι (35%). Η μέση ηλικία ήταν 29 ετών, ενώ ο μεγαλύτερος συμβουλευόμενος έχει ηλικία 48 έτη και ο μικρότερος έχει ηλικία 17 έτη. Η ποιοτική ανάλυση ανέδειξε ότι διαφοροποιείται το αρχικό ενδιαφέρον για τις παρεμβάσεις ανάλογα με το στάδιο όπου βιώνεται κάθε προβληματισμός, για παράδειγμα η προοπτική της επιχειρηματικότητας προβληματίζει μεγαλύτερες ηλικίες από ότι η επιλογή Τμήματος Σπουδών.

Ως προς την ιδιότητα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου (33%), ακολουθούν οι φοιτητές (26%), οι μαθητές ΕΠΑΛ του πεδίου Οικονομίας και Διοίκησης (16%) και οι επαγγελματίες συμβουλευτικής και επαγγελματικού προσανατολισμού (11%). Αξιοσημείωτο ποσοστό (14%) δήλωσε κάποια άλλη ειδικότητα πχ απόφοιτος ΕΠΑΛ Οικονομίας και Διοίκησης, ή συγκεκριμενοποίησε το επάγγελμά του, για παράδειγμα στέλεχος, εκπαιδευτικός, κτηνίατρος, μηχανικός, ελεύθερος επαγγελματίας, εισοδηματίας, ιδιωτικός υπάλληλος.

Σχήμα 1. Δημογραφικό προφίλ δείγματος: ιδιότητα



### Βαθμός κινητοποίησης

Ο βαθμός κινητοποίησης από την παρακολούθηση των βίντεο μετρήθηκε στο ερευνητικό εργαλείο με βάση την πεντάβαθμη κλίμακα Likert (1=διαφωνώ απόλυτα, 2= διαφωνώ, 3= ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ, 4= συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα)

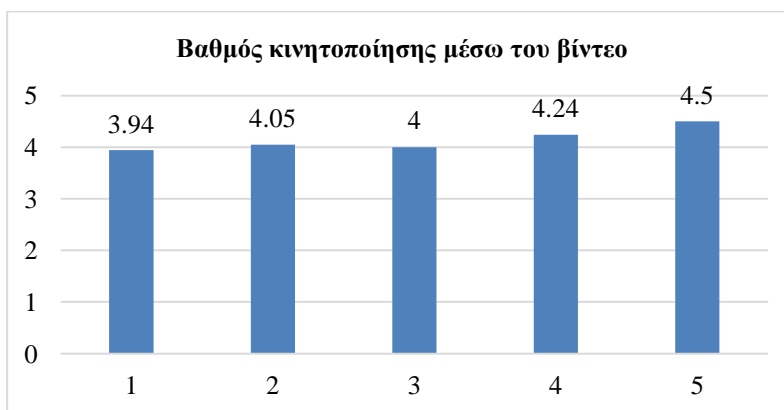


και εξήχθησαν οι σχετικές συχνότητες των απαντήσεων και οι μέσοι όροι για την περιγραφική έκφραση της κεντρικής τάσης των απαντήσεων, για κάθε μία από τις βιντεοπαρεμβάσεις 1 έως 5.

Ως προς το είδος του βίντεο που δημιουργεί μεγαλύτερη κινητοποίηση παρατηρούμε ότι αυτή είναι οριακά μεγαλύτερη στις παρεμβάσεις που έχουν τη μορφή cartoon (μ.ο. 4,18) σε σχέση με τα ρεαλιστικά βίντεο (μ.ο. 4,09), κάτι που ενισχύεται περαιτέρω από τις απαντήσεις στις ανοικτές ερωτήσεις ανατροφοδότησης.

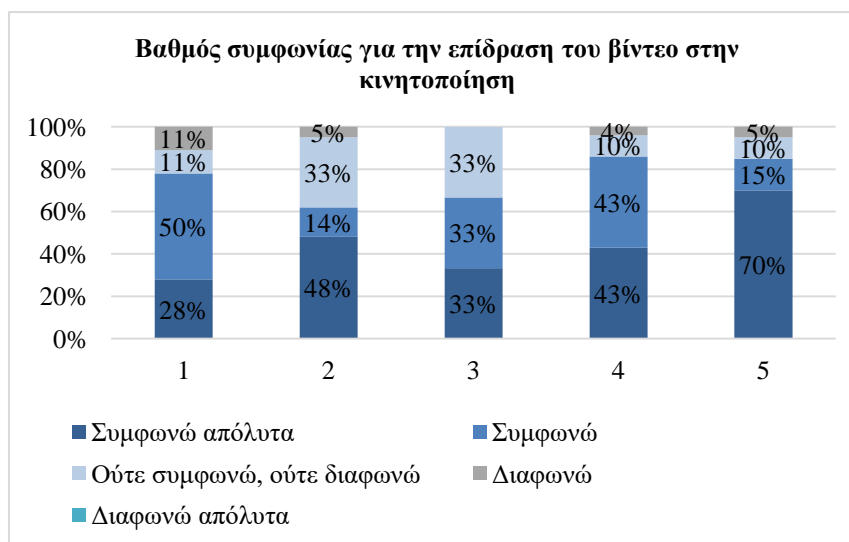
Ως προς το γενικό βαθμό κινητοποίησης από την παρακολούθηση του βίντεο σε κάθε βιντεοπαρέμβαση παρατηρούμε, στο Σχήμα 2, ότι κινείται σε υψηλά επίπεδα. Πιο αναλυτικά ως προς τη Βιντεοπαρέμβαση 1 ανέρχεται στο 3,94 (μ.ο), δείχνοντας ένα ικανοποιητικό επίπεδο αξιολόγησης της εκλαμβανόμενης κινητοποίησης για περαιτέρω διερεύνηση των επαγγελματικών δυνατοτήτων στο πεδίο Οικονομίας και Διοίκησης. Ο βαθμός κινητοποίησης μετά την παρακολούθηση του βίντεο στην Βιντεοπαρέμβαση 2 ανέρχεται σε 4,05 (μ.ο) που μαρτυρά μια επίσης ικανοποιητική εκλαμβανόμενη κινητοποίηση για περαιτέρω επιλογή του management ως επαγγελματική σταδιοδρομία. Στο ίδιο επίπεδο (4) αξιολογήθηκε και η κινητοποίηση μετά την παρακολούθηση του βίντεο σχετικά με τον χάρτη των ελληνικών ΑΕΙ στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης. Αυξημένη, τέλος κινητοποίηση παρατηρείται στις παρεμβάσεις που περιλαμβάνουν πρακτική άσκηση μετά τη θέαση του βίντεο, φθάνοντας το 4,24 (μ.ο) στην περίπτωση της κινητοποίησης για περαιτέρω προσομοίωση και βελτίωση των δεξιοτήτων που απαιτούνται για μια επιτυχημένη συνέντευξη και το πολύ υψηλό 4,5 (μ.ο) στην περίπτωση της κινητοποίησης για περαιτέρω εξάσκηση στο σχεδιασμό επιχειρηματικών μοντέλων.

Σχήμα 2. Βαθμός κινητοποίησης μέσω του βίντεο ανά παρέμβαση



Σε μια περαιτέρω ανάλυση των συχνοτήτων των απαντήσεων ως προς την αξιολόγηση παρατηρούμε στο παρακάτω Σχήμα 3 με σκούρο μπλε το ποσοστό των συμβουλευόμενων που συμφωνούν απόλυτα με την κινητοποίησή τους μέσω του βίντεο, ενώ με μειούμενη χρωματική ένταση σκιαγραφείται η μειούμενη κινητοποίηση, για κάθε μία από τις βιντεοπαρεμβάσεις 1 έως 5.

Σχήμα 3. Βαθμός συμφωνίας με την επίδραση του βίντεο στην κινητοποίηση



### Δημογραφικές επιδράσεις

Πραγματοποιήθηκαν διάφοροι έλεγχοι για τη διερεύνηση της δυναμικής συσχέτισης της κινητοποίησης με διάφορους παράγοντες. Πιο αναλυτικά τα αποτελέσματα του Independent Samples t-Test αποδεικνύουν ότι το έμφυλο στοιχείο δεν διαφοροποιεί το βαθμό κινητοποίησης σε καμία περίπτωση, αφού για κάθε μία από τις βιντεοπαρεμβάσεις ο συντελεστής σημαντικότητας είναι  $sig.>0,05$ . Συγκεκριμένα για την πρώτη βιντεοπαρέμβαση  $t=0,765$ ,  $df=11$ ,  $p=0,460$ , για τη δεύτερη  $t=1,262$ ,  $df=18$ ,  $p=0,223$ , για την τρίτη  $t=0,184$ ,  $df=15$ ,  $p=0,857$ , για την τέταρτη  $t=1,093$ ,  $df=17$ ,  $p=0,290$  και για την πέμπτη  $t=0,611$ ,  $df=17$ ,  $p=0,549$ . Πραγματοποιήθηκε επίσης ανάλυση διακύμανσης Oneway ANOVA για τον έλεγχο της διαφοροποίησης στην κινητοποίηση ανάλογα τόσο με την ηλικία, όσο και με την ιδιότητα. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης μας οδηγούν στην αποδοχή της μηδενικής υπόθεσης, ότι δηλαδή δεν υπάρχει διαφοροποίηση στην κινητοποίηση στις διάφορες κατηγορίες ηλικίας και ιδιότητας, αφού οι σχετικοί συντελεστές είναι στατιστικά μη σημαντικοί ( $sig.>0,05$ ) για το σύνολο των παρεμβάσεων. Πιο αναλυτικά, ως προς την ηλικία στην πρώτη βιντεοπαρέμβαση παρατηρούμε ότι  $F(3,16)=1,232$ ,  $p=0,338$ , στην δεύτερη  $F(4,17)=1,889$ ,  $p=0,172$ , στην τρίτη  $F(4,16)=0,724$ ,  $p=0,592$ , στην τέταρτη  $F(3,17)=0,539$ ,  $p=0,663$  και στην πέμπτη  $F(3,16)=0,662$ ,  $p=0,590$ . Ως προς την ιδιότητα παρατηρούμε ότι αποτελεί εξαίρεση η στατιστικά σημαντική διαφορά της κινητοποίησης ανάμεσα στις διάφορες κατηγορίες στην βιντεοπαρέμβαση 1, με  $F(4,17)=4,109$ ,  $p=0,023$ , ενώ περαιτέρω ανάλυση διασταυρωμένης πινακοποίησης ( $\chi^2=0,002<0,05$ ) έδειξε ότι οι συμβουλευμένοι μέχρι την φοιτητική φάση είναι αυτοί που κινητοποιούνται σε μεγαλύτερο βαθμό, κάτι που είναι αναμενόμενο από τη στόχευση της συγκεκριμένης βιντεοπαρέμβασης σε μικρότερες ηλικίες. Οι υπόλοιπες βιντεοπαρεμβάσεις δεν εμφανίζουν στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των διαφόρων ιδιοτήτων, συγκεκριμένα η δεύτερη  $F(4,19)=2,581$ ,  $p=0,080$ , η τρίτη  $F(3,17)=0,600$ ,  $p=0,625$ , η τέταρτη  $F(3,19)=0,317$ ,  $p=0,813$  και η πέμπτη  $F(3,18)=0,440$ ,  $p=0,728$ .

Επιπλέον, μέσα από την ποιοτική έρευνα, φαίνεται ότι διαφορετικά ζητήματα συμβουλευτικής αφορούν τα άτομα κάτω των 20 ετών (χαρτογράφηση των ελληνικών ΑΕΙ), τους ήδη φοιτητές (δυνατότητες στον τομέα της Οικονομίας και Διοίκησης, το επάγγελμα του manager), τους τελειόφοιτους και αποφοίτους (δεξιότητες συνέντευξης και επιχειρηματικού σχεδιασμού).

## Συζήτηση

Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών και ειδικά το βίντεο αποτελούν πολύ ελκυστικά εκπαιδευτικά εργαλεία τα πλεονεκτήματα των οποίων έχουν αναδειχθεί βιβλιογραφικά σε βαθμό που συνηγορείται η αναγκαιότητα πλήρους ενσωμάτωσής τους στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών (Owolabi, 2018; Maia et al., 2018). Ωστόσο απαιτείται ο κατάλληλος παιδαγωγικός χειρισμός για να αποτελέσουν ένα πολύ αποτελεσματικό μέσο υποστήριξης της εκπαίδευσης (Koumi, 2006; Παναγιωτακόπουλος, σ. 663, 2013). Σήμερα, ένα από τα πλέον ανταγωνιστικά και ραγδαία εξελισσόμενα – σε όρους συμβουλευτικής υποστήριξης – πεδία είναι αυτό της Οικονομίας και Διοίκησης. Η ενσωμάτωση ΤΠΕ και ειδικά του βίντεο αποτελεί μια πρόκληση στην έρευνα της συμβουλευτικής στο ανωτέρω πεδίο που δεδομένων των σύγχρονων προκλήσεων της επιστήμης, της τεχνολογίας και της αγοράς, καθιστούν την περαιτέρω διαφώτιση του πεδίου αναγκαία (Karfaki & Armakolas, 2019).

Στη βάση των παραπάνω, η εργασία έρχεται να αναδείξει τη δυναμική της ενσωμάτωσης ΤΠΕ, με έμφαση στο βίντεο, στη διαδικασία της συμβουλευτικής στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης ως προς την κινητοποίηση των εκπαιδευομένων να δράσουν ή να μελετήσουν περαιτέρω σχετικά με τους κύριους προβληματισμούς τους στο πεδίο αυτό, δηλαδή τις σπουδές στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης, τη δυσνόητη έννοια του μάντζερ, τα τμήματα ΑΕΙ που παρέχουν προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών, τη διαδικασία της συνέντευξης και την επαγγελματική επιλογή της επιχειρηματικότητας.

## Συμπεράσματα

Ύστερα από την έρευνα με ερωτηματολόγιο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας ηλεκτρονικών βιντεοπαραρμβάσεων επί των προβληματισμών αυτών, κατέστη δυνατό να αξιολογηθεί η ενσωμάτωση αυτή και να δοθεί έμφαση στην κινητοποίηση των εκπαιδευομένων.

Σχετικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, ο τύπος του βίντεο που φαίνεται να κινητοποιεί περισσότερο τους εκπαιδευόμενους υιοθετεί το στυλ κινουμένων σχεδίων. Από πρακτική άποψη, προσφέρει στο σύμβουλο μια νέα προσέγγιση εμπλουτισμού του έργου του μέσω των ανωτέρω προτάσεων για ενσωμάτωση βίντεο σε ένα πιο φιλικό στυλ καρτούν και με συνδυασμό με πρακτικές ασκήσεις ενδυνάμωσης μπορούν να εξασφαλίσουν αποτελεσματικότητα μέσω της κινητοποίησης των εκπαιδευομένων.

Σχετικά με το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, ο έλεγχος των υποθέσεων που εξετάζουν τη σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών (φύλο, ηλικία, ιδιότητα) και κινητοποίησης αποκαλύπτει ότι αυτά δεν διαφοροποιούν το βαθμό που ένα άτομο κινητοποιείται, άρα η επίδραση του βίντεο είναι έντονη και καθολική.

Σχετικά με το τρίτο ερευνητικό ερώτημα ο βαθμός κινητοποίησης είναι υψηλότερος στις βιντεοπαραρμβάσεις που συνδυάζουν βίντεο με πρακτική εξάσκηση, κάτι που συγκλίνει με την βιβλιογραφία ως προς την αυξημένη κινητοποίηση μέσω ενεργητικής συμμετοχής σε διάφορες δραστηριότητες ενδυνάμωσης (Koochang et al., 2009; Neo & Neo, 2010). Αυτό μας ωθεί στην πρόταση τα βίντεο να ενσωματώνονται κατά τρόπο πρακτικό για αυξημένη κινητοποίηση και αποτελεσματικότητα. Έτσι εκπληρώνονται μέσω του βίντεο ποικίλοι εκπαιδευτικοί ρόλοι (Amundson et al., 2006) στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης όπου, λόγω της δυναμικής φύσης του, το όριο μεταξύ εκπαίδευσης και συμβουλευτικής και επαγγελματικού προσανατολισμού είναι δυσδιάκριτο και έτσι η ενσωμάτωση βίντεο δύναται να είναι

ιδιαίτερα ευεργετική για την ανάπτυξη των φοιτητών, γεφυρώνοντας τα γνωσιακά κενά με τις απαιτήσεις της αγοράς (EY et al., 2017). Τα αποτελέσματα συμφωνούν με το συμπέρασμα ότι οι ΤΠΕ έχουν ισχυρό αντίκτυπο στην εκπαίδευση (Usta & Korkmaz, 2010; Laschou et al., 2018; Papadiamantopoulou et al., 2016; Μικρόπουλος, 2018) και ανοίγουν νέες κατευθύνσεις για την έρευνα του πεδίου αλλά και για την πρακτική της συμβουλευτικής και του επαγγελματικού προσανατολισμού εντός αυτού.

### Περιορισμοί και μελλοντική έρευνα

Κλείνοντας, η συμβολή αυτής της μελέτης είναι ότι μία προσπάθεια να μελετηθεί η αποτελεσματικότητα της ενσωμάτωσης του βίντεο στην συμβουλευτική στο πεδίο της Οικονομίας και Διοίκησης. Από βιβλιογραφική άποψη, η συμβολή αυτή εμπλουτίζει την ελλιπή σχετική βιβλιογραφία (ΕΚΕΠ, 2004) και ανοίγει νέες κατευθύνσεις έρευνας ειδικά αν αναλογιστούμε και τους προς υπέρβαση περιορισμούς της παρούσης που είναι κυρίως το μέγεθος του δείγματος και το εύρος των δυνητικών βιντεοπαρεμβάσεων που μπορούν να γίνουν στο υπό μελέτη πεδίο. Το γεγονός ότι ανάλογα με την ηλικία επιλέγεται διαφορετική βιντεοπαρέμβαση συγκλίνει με την παραδοχή ότι οι ανάγκες συμβουλευτικής στον τομέα της Οικονομίας και Διοίκησης είναι δια βίου και αυτό τις καθιστά ένα ευρύ, ανεξερεύνητο πεδίο για μελλοντική έρευνα.

### Βιβλιογραφία

- Adecco (2017). *Global Talent Competitiveness Index (GTCI) 2017 – Adecco Greece*, from <https://www.adecco.gr/en/%CE%A0%CE%91%CE%93%CE%9A%CE%9F%CE%A3%CE%9C%CE%99%CE%9F%CE%A3-%CE%94%CE%95%CE%99%CE%9A%CE%A4%CE%97%CE%A3/>.
- Amundson, N. E., Harris-Bowlsbey, J., & Niles, S. G. (2006). *Essential Elements of Career Counselling: Processes and Techniques*. Education Review//Reseñas Educativas, Pearson, London, UK.
- Armakolas, S., Panagiotakopoulos, C., Karatrantou, A., Viris, D. (2018). Integrating Free and Open-Source Software in the Classroom: IMprinting Trainee Teachers' Attitudes. In A. Mikropoulos (ed), *Research on e-Learning and ICT in Education* (chapter 7). Switzerland: Springer International Publishing. ISBN 978-3-319-95058-7.
- Griva, A., Thanopoulos, C., & Armakolas, S. (2019). Integrating digital technologies in tertiary education to prepare students for the job market. *Form@re - Open Journal Per La Formazione in Rete*, 19(3), 175-185.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The exercise of control*. New York, NY: WH Freeman.
- Bates, T. (2015). *Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning for a digital age*. Canada: Tony Bates Associates Ltd. Ανακτήθηκε 20/03/2020, από <https://opentextbc.ca/teachinginadigitalage/>
- Benkada, C., & Moccozet L. (2017). Enriched Interactive Videos for Teaching and Learning. In E. Banissi, M. W. McK. Bannatyne, F. Bouali, N. M. S. Datia ,G. Grinstein, D. Groth, W. Huang, M. Ivanova, S. Kenderdine, M. Nakayama, J. M. Pires, M. Sarfraz, M. Temperini, A. Ursyn, G. Venturini, T.G. Wyeld, and J. J. Zhang (Ed.), *21<sup>st</sup> International Conference Information Visualization. Computer Graphics, Imaging and Visualisation*, 11-14 July 2017 (pp. 344-349). Danvers: IEEE.
- Bimrose, J., & Barnes, S. A. (2010). *Labour market information (LMI), information communications and technologies (ICT) and information, advice and guidance (IAG): the way forward*. Warwick, England: Institute for Employment Research. Retrieved ov 20/11/2019, from [http://www.ukces.org.uk/upload/pdf/424721%20LMI%20report\\_2.pdf](http://www.ukces.org.uk/upload/pdf/424721%20LMI%20report_2.pdf).
- Cappellen, T., & Janssens, M. (2005). Career paths of global managers: Towards future research. *Journal of World Business*, 40(4), 348-360.
- Harvey, L. (2000). New realities: The relationship between higher education and employment. *Tertiary Education & Management*, 6(1), 3-17.

- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*, 5(6), 279-287.
- Herr, E. L., & Cramer, S. H. (2016). *Career guidance and counselling through the life span: Systematic approaches*. Scott, Foresman & Co.
- Hooley, T., Hutchinson, J., & Watts, A. G. (2010a). *Careering through the Web*. London: UKCES.
- Karagiannopoulou, A., Papadopoulou, A., & Armakolas, S. (2017). Video creation and social networking educational environment. A case study of pre-service teacher training in ASPETE Patras. *Proceedings: Konference Olympiáda techniky Plzeň 2017*, University of West Bohemia, pp.180-184. ISBN 978-80-261-0710-1
- Karfaki, E., & Armakolas, S. (2019). Video as a tool for student counselling in Higher Education. *Educational Journal of the University of Patras UNESCO Chair*, 6(1), p. 240-251.
- Koh, C. (2016). Translating motivational theory into application of information technology in the classroom. In *Building Autonomous Learners* (pp. 245-258). Springer, Singapore.
- Kolog, E., Sutinen, E., & Vanhalakka-Ruoho, M. (2014). E-counselling implementation: Students' life stories and counselling technologies in perspective. *International Journal of Education and Development using ICT*, 10(3). Open Campus, The University of the West Indies, West Indies.
- Koohang, A., Riley, L., Smith, T., & Schreurs, J. (2009). E-learning and constructivism: from theory to application. *Interdisciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects*, 5, 91-109.
- Koumi, J. (2006). *Designing video and multimedia for open and flexible learning*. Routledge.
- Kounenou, K. (2011). The relationship between technical high school students' career decision-making ability and family. *Psychology*, 18(3), 333-347.
- Laaser, W., & Toloza, E. (2017). The Changing Role of the Educational Video in Higher Distance Education. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 18(2), 264-276.
- Laschou, S., Kollias, V., & Karasavvidis, I. (2018). How do Transformational Principals View ICT as a Means for Promoting Educational Innovations? A Descriptive Case Study Focusing on Twenty-First Century Skills. In A. Mikropoulos (ed), *Research on e-Learning and ICT in Education* (pp. 43-67). Switzerland: Springer International Publishing.
- Maia, A., Borges, J., Reis, A., Martins, P., & Barroso, J. (2018). Integration of Technologies in Higher Education: Teachers' Needs and Expectations at UTAD. In *Research on e-Learning and ICT in Education* (pp. 153-166). Springer, Cham.
- Mikropoulos, A. (ed) (2018). *Research on e-Learning and ICT in Education*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Millerson, G., & Owens, J., (2008). *Video Production Handbook*. Fourth Edition. Focal Press, USA.
- Murphy, S. (Ed.). (2012). *The Oxford handbook of sport and performance psychology*. Oxford University Press.
- Maylor, H., Blackmon, K., & Huemann, M. (2016). *Researching business and management*. Macmillan International Higher Education.
- Neo, M., & Neo, T. K. (2010). Students' perceptions in developing a multimedia project within a constructivist learning environment: a Malaysian experience. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 9(1), 176-184.
- Owolabi, B. G. (2018). The concept of e-counselling: utilization of information and communication technology (ICT) in counselling. *IFE Psychologia: An International Journal*, 26(1), 209-221.
- Panagiotakopoulos, C., Karatrantou, A., & Sarris, M. (2016). Producing Educational Videos: A Field-based Implementation with PBL Methodology. In P. Anastasiades, N. Zaranis (eds), *Research on e-Learning and ICT in Education* (pp. 91-103). Switzerland: Springer International Publishing.
- Papadiamantopoulou, M., Papadiamantopoulou, C., Armakolas, S., & Gomas, L. (2016). Pre-service and in-service teacher training: the use of technology in the greek educational system. *Proceedings: konference Olympiáda techniky Plzeň 2016*, (pp. 32-40). ISBN 978-80-261-0620-3 Západočeská univerzita v Plzni. University of West Bohemia.
- Skovholt, T. M., & Trotter-Mathison, M. (2014). *The resilient practitioner: Burnout prevention and self-care strategies for counselors, therapists, teachers, and health professionals*. Routledge, London. UK.
- Usta, E., & Korkmaz, Ö. (2010). Pre-service teachers' computer competencies, perception of technology use and attitudes toward teaching career. *Journal of Human Sciences*, 7(1), 1335-1349.
- Vassilopoulos, S. P. (2003). The value of video feedback in enhancing university students' self-perception and expectation of performance. *Scientia paedagogica experimentalis*, 40(2), 277-300.

- Watts, M., & Lloyd, C. (2001). Evaluating a classroom multimedia programme in the teaching of literacy. *Educational Research and Evaluation*, 7(1), 35-52.
- Zhang, D., Zhou, L., Briggs, R.O., & Nunamaker Jr, J. (2006). Instructional video in e-learning: Assessing the impact of interactive video on learning effectiveness. *Information & Management*, 43(1), 15-27.
- Ανδρεάδης, Μ. Ι. (2007). *Συμβουλευτική και επαγγελματικός προσανατολισμός στα σχολεία δεύτερης ευκαιρίας: η επίδραση της διδασκαλίας του μαθήματος της Συμβουλευτικής Σταδιοδρομίας στους εκπαιδευόμενους του σχολείου δεύτερης ευκαιρίας Καλαμάτας και ο βαθμός επιρροής του στις επιδιώξεις τους* (Διπλωματική εργασία). ΕΑΠ.
- Αντωνέλου, Γ. Ε., Βερούκιος, Β. Σ., Καλαντζή, Ρ. Γ., Παναγιωτακόπουλος, Χ. Θ., & Σταυρόπουλος, Η. Κ. (2015). Υποστήριξη Ομαδικών Συμβουλευτικών Συναντήσεων του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου μέσω στοιχείων Μικτής Μάθησης και ΤΠΕ. *Διεθνές Συνέδριο για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση*, 8 (1Α).
- Γεωργίου, Κ. (2018). *Ετοιμάζοντας τους νέους για τα νέα επαγγέλματα και τα επαγγέλματα του μέλλοντος*. Ανακτήθηκε από <http://www.kepa.gov.cy/Europass/Uploads/Media/2%20%CE%9D%CE%95%CE%91%20%CE%95%CE%A0%CE%91%CE%93%CE%93%CE%95%CE%9B%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91%20-%20%CE%95%CE%A0%CE%91%CE%93%CE%93%CE%95%CE%9B%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%20%CE%9C%CE%95%CE%9B%CE%9B%CE%9F%CE%9D%CE%A4%CE%9F%CE%A3.pdf>.
- ΕΚΕΠ (2007). *Οδηγός Συμβουλευτικής και Επαγγελματικού Προσανατολισμού στον τομέα της Απασχόλησης*. Ανακτήθηκε από [http://www.eopper.gr/images/SYEP/ODIGOS\\_EKPAIDEUSIS.pdf](http://www.eopper.gr/images/SYEP/ODIGOS_EKPAIDEUSIS.pdf).
- ΕΚΕΠ (2007α). *Διεθνή συστήματα διασφάλισης και διαχείρισης ποιότητας των υπηρεσιών Συμβουλευτικής και Επαγγελματικού Προσανατολισμού*. Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Επαγγελματικού Προσανατολισμού. Ανακτήθηκε 20/11/2017, από [http://www.eopper.gr/images/SYEP/Diethni\\_Sys\\_Poiotitas.pdf](http://www.eopper.gr/images/SYEP/Diethni_Sys_Poiotitas.pdf).
- ΕΟΠΠΕΠ (2018). *Συμβουλευτική και Επαγγελματικός Προσανατολισμός*. Ανακτήθηκε 23/11/2017, από <http://www.eopper.gr/index.php/el/work-guidance-and-consulting/developing-careers-adult/what-is-career-counseling>.
- ΕΥ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, & Endeavor (2017). *Επιχειρηματικότητα, Εκπαιδευτικό Σύστημα και Απασχόληση*. Ανακτήθηκε από <http://newpost.gr/ellada/614064/eythygrammishths-epixeirhmatikothtas-toy-ekpaideytikoy-systhmatos-kai-twn-anaptyksiakwn-prooptikwn>.
- IOBE (2016), *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017*. Ανακτήθηκε από [http://iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_18122017\\_REP\\_GR.pdf](http://iobe.gr/docs/research/RES_02_18122017_REP_GR.pdf).
- Κατσανέβας, Θ. (2008). Οι διεθνείς εξελίξεις στη Συμβουλευτική Επαγγελματικού Προσανατολισμού. *Σύγχρονη Εκπαίδευση: Τρίμηνη Επιθεώρηση Εκπαιδευτικών Θεμάτων*, (152), 54-66.
- Κιούση, Ε., Φλωράκος, Γ. & Παπακίτσος, Ε. Χ. (2017). Στερεότυπα φύλου και επιλογή σπουδών ανάλογα με το φύλο στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. *Ερευνα στην Εκπαίδευση*, 6(1), 95-111.
- Λιοναράκης, Α (1998). Το Βίντεο στην εκπαίδευση. Στο Α. Κόκκος, Α. Λιοναράκης & Χ. Ματραλής (Επιμ.), *Ανοικτή και εξ αποστάσεως εκπαίδευση. Το εκπαιδευτικό υλικό και οι νέες τεχνολογίες* (Τόμος Γ). Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Μάινα, Μ. (2011). *Συμβουλευτική και επαγγελματικός προσανατολισμός σε δομές που εκπαιδεύονται ενήλικοι με αναπηρία: καταγραφή της κατάστασης στη Σύρο* (Διπλωματική εργασία). ΕΑΠ.
- Μαλικιώση-Λοΐζου, Μ. (2011). Η Συμβουλευτική Ψυχολογία στην Ελλάδα σήμερα. *Hellenic Journal of Psychology*, 8, 266-288.
- Παναγιωτακόπουλος, Χ. (2013). *Οι Τεχνολογίες της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Ίων.
- Παναγιωτακόπουλος, Χ., Πιερρακέας, Χ., & Πιντέλας, Π. (2003). *Το εκπαιδευτικό λογισμικό και η αξιολόγησή του*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Παναγιωτακόπουλος, Χρ., & Σαρρή, Μ. (2015). *Η εκπόνηση μιας επιστημονικής εργασίας με τη χρήση των ΤΠΕ: Μία ολοκληρωμένη προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ.
- Παπαδέλα, Χ. Β., Κουτσούμπα, Μ., & Μαυροειδής, Η. (2020). Το βίντεο ως μέσο μάθησης στην πολυμορφική εξ αποστάσεως προσχολική εκπαίδευση: μοντέλο αξιολόγησης. *Διεθνές Συνέδριο για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση*, 10(1Α), 62-75.
- Σιδηροπούλου-Δημακάκου, Δ., Αλεξοπούλου, Γ., Αργυροπούλου, Α., Δρόσος, Ν., & Ταμπούρη, Σ. (2011). *Σχολικός Επαγγελματικός Προσανατολισμός*. Ανακτήθηκε από <https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4764/1359.pdf>.

Χατζηπαναγιώτου, Δ. (2012). *Ανάγκες εκπαιδευτικών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, ηλικίας άνω των 50, για Συμβουλευτική και Επαγγελματικό Προσανατολισμό* (Πτυχιακή Εργασία). Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Ανακτήθηκε από <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/15263/3/ChatzipanagiotouDimitriosMsc2012.pdf>.