

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙ302	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	4	6	
<i>. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	Μάθημα επιλογής Γενικού Υπόβαθρου		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.aegean.gr/courses/131249/ Λεπτομερής παρουσίαση του μαθήματος στην ψηφιακή πλατφόρμα e-class.		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p>Μαθησιακά Αποτελέσματα</p> <p>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> • Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης • Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β • Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
<p>-Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατανοούν την άρρηκτη σχέση μεταξύ των εννοιών πολιτισμού και επικοινωνίας • Αναγνωρίζουν και να αναλύουν τον πολυπρισματικό ρόλο της επικοινωνίας στην πολιτιστική θεώρηση και πρακτική • Περιγράφουν και να αναλύουν τη λειτουργία των πολιτιστικών δομών στη σύγχρονη κοινωνική πραγματικότητα και να διακρίνουν τις διαφορές των πολιτιστικών οργανισμών • Αναγνωρίζουν και να αναλύουν τη λειτουργία της αγοράς του πολιτισμού, καθώς και τα πολιτιστικά αγαθά που παράγονται • Κατανοούν και να αναλύουν το ρόλο των ΤΠΕ και των ψηφιακών μέσων ως προς τη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών • Γνωρίζουν τα επικοινωνιακά εργαλεία των πολιτιστικών οργανισμών για την

προσέλκυση κοινού και να τα αξιοποιούν

- Διακρίνουν και να αναλύουν τις επικοινωνιακές στρατηγικές των πολιτιστικών οργανισμών και τα εργαλεία σχεδιασμού τους
- Αξιολογούν με βάση τις ανάγκες των πολιτιστικών οργανισμών και να προτείνουν νέες επικοινωνιακές στρατηγικές

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Παράγωγή 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

.....

Άλλες...

.....

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Αξιοποίηση μεθοδολογιών για την επίλυση προβλημάτων
- Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Τις τελευταίες δεκαετίες η ραγδαία διεύδυση των ΤΠΕ σε διάφορες κοινωνικές και πολιτισμικές πτυχές της σύγχρονης κοινωνικής πραγματικότητας επιδρά καθοριστικά στην αναδιαμόρφωση, αλλά και στη δημιουργία πρακτικών που επηρεάζουν τους μηχανισμούς συγκρότησης και διαχείρισης της οργάνωσης του ελεύθερου χρόνου των κοινωνικών δρώντων, των πολιτισμικών ταυτοτήτων και ετεροτήτων, της αντίληψης τους για τον πολιτισμό και τις πολιτιστικές δομές, καθώς και τη λειτουργία της αγοράς του πολιτισμού. Οι πολιτιστικές εμπειρίες των κοινωνικών δρώντων λαμβάνουν πλέον χώρα σε ένα πλαίσιο που κατασκευάζεται όλο και περισσότερο από την πληροφορία και τις ΤΠΕ, μετασηματίζοντας τη συμβολική πραγματικότητά τους και αναδεικνύοντας νέα επικοινωνιακά παραδείγματα. Υπό το πρίσμα αυτό, σκοπό του μαθήματος συνιστά α) η κατανόηση της λειτουργίας των πολιτιστικών δομών, στο πλαίσιο των προκλήσεων της Κοινωνίας της Πληροφορίας, μέσα από την ανάλυση του ρόλου της επικοινωνίας, ως ευρείας κοινωνικής λειτουργίας, β) η σκιαγράφηση του ρόλου της επικοινωνίας στην πολιτιστική θεώρηση και πρακτική, ως καθοριστικός παράγοντας δημιουργίας, μετάδοσης και αναπαραγωγής πολιτιστικών υπηρεσιών και αγαθών και ως παράγοντας αναπροσαρμογής των στόχων και των πρακτικών των πολιτιστικών οργανισμών και γ) η εξέταση και ανάλυση των στρατηγικών επικοινωνίας και των επικοινωνιακών μεθόδων των πολιτιστικών οργανισμών, οι οποίες αξιολογούνται μέσω της έρευνας του κοινού, αναφορικά με την διάδρασή τους με αυτό και την αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας, καθώς και η εξέταση της αντιμετώπισης των πολιτιστικών οργανισμών από τα μέσα επικοινωνίας.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο αξιοποιώντας τις αρχές της Κοινωνικο-γνωστικής θεωρίας Μάθησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μέθοδος κατάκτησης εννοιών • Διερευνητική μέθοδος • Ομαδοσυνεργατική μέθοδος 	
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Λογισμικά για εννοιολογικούς χάρτες • Διαγράμματα, πίνακες, εικόνες, φωτογραφίες, video, ψηφιακό υλικό, λογισμικά προβολής & παρουσιάσεων • Αξιοποίηση social media για την υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας, την εργαστηριακή εκπαίδευση, καθώς και την έρευνα, προετοιμασία και παρουσίαση εργασιών. 	
<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i></p> <p><i>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</i></p>	<p>Δραστηριότητα</p>	<p>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</p>
	<p>Διαλέξεις</p>	<p>26 ώρες</p>
	<p>Εργαστηριακή Εκπαίδευση</p>	<p>26 ώρες</p>
	<p>Ομαδική εργασία εξαμήνου</p>	<p>38 ώρες</p>
	<p>Προσωπική μελέτη, Έρευνα & Προετοιμασία</p>	<p>52 ώρες</p>
	<p>Αξιολόγηση φοιτητών & φοιτητριών</p>	<p>14 ώρες</p>
	<p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p>156 ώρες</p>
<p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i></p> <p><i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Εκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i></p> <p><i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</i></p>	<p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά Μέθοδοι Αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ενεργή συμμετοχή στα project της εργαστηριακής εκπαίδευσης (10%) ✓ Παρουσίαση και κατάθεση Ομαδικής Εργασίας Εξαμήνου (30%) ✓ Γραπτή τελική εξέταση (60%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Ανάλυση σύντομης μελέτης περίπτωσης πολιτιστικών οργανισμών • Προτάσεις βελτίωσης στρατηγικής επικοινωνίας ενός πολιτιστικού οργανισμού • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωριών 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

1. Μπαντιμαρούδης, Φιλήμων (2011). *Πολιτιστική Επικοινωνία: Οργανισμοί, Θεωρίες, Μέσα*. Αθήνα, Κριτική.
2. Carbaugh, D., (2013). *Cultural communication and intercultural contact*. Routledge.
3. Smith, P., (2006). *Πολιτισμική Θεωρία: Μια εισαγωγή*. Αθήνα: Κριτική.
4. Adorno, T. W. (1991). Free time. In J.M. Bernstein (ed.), *The culture industry*. New York, NY: Routledge, pp.187–97.
5. Paquette J., (2012). Mentoring and Change in Cultural Organizations: The Experience of Directors in British National Museums. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 42:4, 205-216, DOI: 10.1080/10632921.2012.749817
6. Currid-Halkett, E., & Ravid, G. (2012). 'Stars' and the connectivity of cultural industry world cities: an empirical social network analysis of human capital mobility and its implications for economic development. *Environment and planning A*, 44(11), 2646-2663.
7. Lin, Y. U. (2013). Concepts of Cultural Industry, Creative Industry and Cultural Creative Industry Clarified. *Journal of Xiamen, University of Technology*, 3, 018.
8. Song, W., & Qi, X. (2015). Promote the Development of Cultural Creation Industry through Technological Policies-Take the Case of Glove Puppetry of Taiwan. *Journal of Service Science and Management*, 8(5), 685.
9. Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143-189.
10. Kotler, N., Kotler, P., & Kotler, W. (2008). *Museum marketing & strategy: Designing missions, building audiences, generating revenues and resources*, 2nd Edition. San Francisco: Wiley.
11. Kolb, B. M. (2005). *Marketing for cultural organizations* (2nd ed.). London: Thomson Learning..
12. Salganik, M. & Watts, J. D. (2009). Web-based experiments for the Study of collective social dynamics in cultural markets. *Topics in Cognitive Science*, 1, 439-468.
13. Hartley, J. (2012). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. Routledge.
14. Arora, P. (2012). Typology of Web 2.0 spheres: Understanding the cultural dimensions of social media spaces. *Current Sociology*, 60(5), 599-618.
15. Nayar, P. K. (2016). The postcolonial cultural industry: icons, markets, mythologies; Postcolonial piracy: media distribution and cultural production in the global south. *Journal of Postcolonial Writing*, 1-2.
16. Παπαλεξανδρή Ν. & Λυμπερόπουλος Δ., (2014). *Δημόσιες Σχέσεις*. Αθήνα: Ευγ. Μπένου
17. Λέανδρος Ν., (2008). *Επιχειρηματικές Στρατηγικές στη Βιομηχανία των Μέσων*. Αθήνα: Καστανιώτης
18. Μακρή, Α., (2003). *Πολιτιστική Επικοινωνία. Τόμος Β', Μέσα Επικοινωνίας*. Πάτρα: ΕΑΠ.
19. Κάστορας, Σ., (2002). *Πολιτιστική Επικοινωνία. Τόμος Α', Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας*. Πάτρα: ΕΑΠ.
20. Schulzke M., (2014). The Virtual Culture Industry: Work and Play in Virtual Worlds, *The Information Society*, 30:1, 20-30, DOI: 10.1080/01972243.2013.855689
21. Habermas, J., 1987. *The Theory of Communicative Action, Volume 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston: Beacon Press.
22. Kincsei, A., (2008). Η Τεχνολογία και η Κοινωνία στην Εποχή της Πληροφορίας στο: Robert Pinter (ed.) *Η Κοινωνία της Πληροφορίας, Μελέτες της Κοινωνίας της Πληροφορίας*. Από τη θεωρία στην Πράξη. Θεσσαλονίκη: e-book, σσ.59-84.
23. Gunster, S. 2000. Revisiting the culture industry Thesis: Mass culture and the commodity form. *Cultural Critique* 45: 40–70.
24. Lewis, J. (2013). *Art, Culture and Enterprise (Routledge Revivals): The Politics of Art and the Cultural Industries*. Routledge.
25. Hilbert, M. (2014). How much of the global information and communication explosion is driven by more, and how much by better technology?. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(4), 856-861.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Journal of Communication
- Communication Research
- Journalism & Mass Communication
Quarterly
- New Media & Society