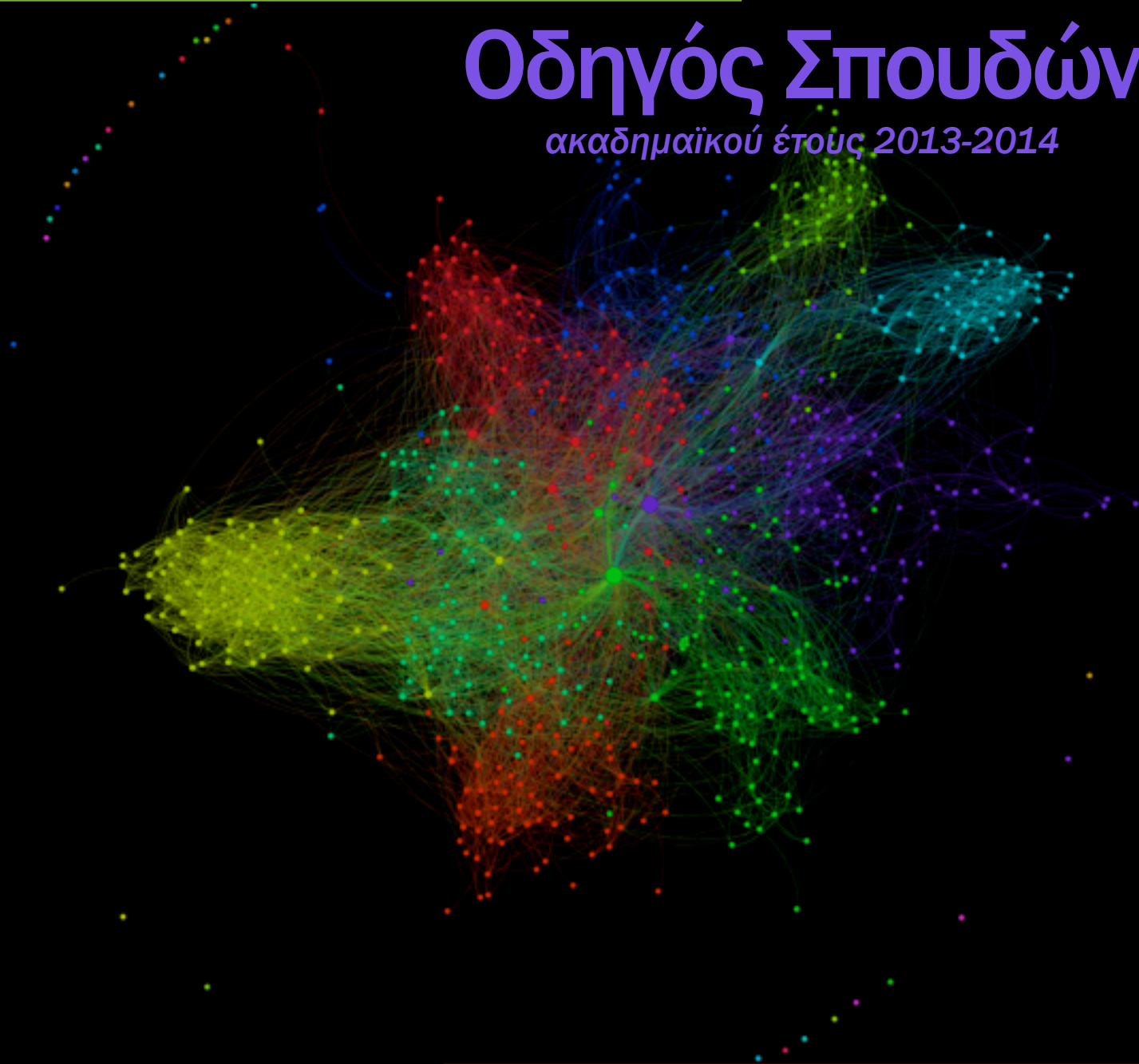


Οδηγός Σπουδών

ακαδημαϊκού έτους 2013-2014



<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Κοσμήτορας Σχολής Διεθνών Σπουδών, Επικοινωνίας και Πολιτισμού

Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Πρόεδρος Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Καθηγητής Νίκος Λεάνδρος

Διευθυντές Τομέων

Τομέας Επικοινωνίας: Καθηγήτρια Περσεφόνη Ζέρη

Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας: Αναπλ. Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης: Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Διευθυντής Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

Αναπλ. Καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος

Γραμματεία

Προϊσταμένη Γραμματείας: Ευγενία Νεοφύτου

Τηλ.: 210-9201064

Fax: 210-9220832

email: eug.neofitou@panteion.gr

Γραμματεία (για πληροφορίες): Γιώργος Χαμουζάς

τηλ. 210-9201431

Γραμματεία Μεταπτυχιακού και υποψηφίων διδασκόντων (για πληροφορίες):

Τηλ. 210-9201064

<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΟΝΟΜΑ

Αυλάμη Χρυσάνθη
Βουδούρη Δάφνη
Βώβου Ιωάννα
Γιαλλουρίδης Χριστόδουλος
Γκαζή Ανδρομάχη
Δάλλας Κωστής
Δημηρούλης Δημήτρης
Ζέρη Περσεφόνη
Ιορδάνογλου Δήμητρα
Καβαθάς Διονύσης
Κακαβούλια Μαρία
Κική Γιάννα
Κλήμης Γιώργος-Μιχαήλ
Κόκκορη Πατρίτσια
Λέανδρος Νίκος
Λοβέρδος Ανδρέας*
Μιχαηλίδου Μάρθα
Μπακουνάκης Νίκος
Παραδείση Μαρία
Σκαρπέλος Γιάννης
Τσακαρέστου Μπέττυ
Τσοκανή, Χαρίκλεια
Φουντουλάκη Έφη
Ψύλλα Μαριάννα
Ρήγου Μαρίνα
Ντούνας Δημήτρης

ΒΑΘΜΙΔΑ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Καθηγητής
Καθηγήτρια
Λέκτορας
Επίκουρος Καθηγητής
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Αναπληρωτής Καθηγητής
Λέκτορας
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Ε.ΔΙ.Π.
Ε.Τ.Ε.Π.

* Σε αναστολή καθηκόντων



ΤΟ ΤΜΗΜΑ

1. Ιστορία

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, το πρώτο από τα Τμήματα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που δημιουργήθηκε σε ελληνικό ΑΕΙ, άρχισε να λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 1990-91. Αποστολή του είναι: *«Η θεωρητική και ιστορική-εμπειρική διερεύνηση του φαινομένου της επικοινωνίας, η δημιουργία στελεχιακού δυναμικού δημοσίων υπηρεσιών, δημοσίων σχέσεων και τύπου του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, η κατάρτιση δημοσιογράφων και στελεχών για τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο και για τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, καθώς και στελεχών όλων των μορφών επικοινωνίας και ενημέρωσης».*

Στόχοι του Τμήματος είναι:

α) η εκπόνηση ερευνητικού έργου στα ειδικά γνωστικά πεδία και συγκεκριμένα στους τομείς της επικοινωνίας, των μέσων και της πολιτιστικής διαχείρισης μέσω της αξιοποίησης διεπιστημονικών και πολυεπιστημονικών προσεγγίσεων, και

β) η παροχή υψηλού επιπέδου ακαδημαϊκής γνώσης και εκπαίδευσης των φοιτητών στα συναφή επιστημονικά πεδία, όπως και η προετοιμασία τους για μια ευδόκιμη επαγγελματική πορεία στο πεδίο της δημοσιογραφίας (τόσο των έντυπων όσο και των ηλεκτρονικών και ψηφιακών μέσων), της εφαρμοσμένης επικοινωνίας (περιλαμβανομένης της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων) και της πολιτιστικής διαχείρισης, μέσω της σύνδεσης της θεωρίας με την πράξη.

Επιδίωξη του Τμήματος είναι οι απόφοιτοί του να διαθέτουν *επικοινωνιακή ικανότητα, ακαδημαϊκή επάρκεια, τεχνολογικές δεξιότητες, πολιτιστική εξοικείωση, φιλοσοφική προπαιδεία, κριτική σκέψη, επαγγελματική υπευθυνότητα, γνώση της αγοράς.*

2. Δομή

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι διαρθρωμένο σε τρεις Τομείς:

α) Τομέας Επικοινωνίας

- β) Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας
- γ) Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης

και τρεις Κατευθύνσεις, που οδηγούν, σε κοινό πτυχίο:

- α) Κατεύθυνση Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης
- β) Κατεύθυνση Μέσων Επικοινωνίας
- γ) Κατεύθυνση Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Οι φοιτητές καλούνται να επιλέξουν μία από τις τρεις κατευθύνσεις με την έναρξη του τρίτου έτους σπουδών.

Κατά το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003 εγκαινιάστηκε η λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών με γνωστικό αντικείμενο την Πολιτιστική Διαχείριση.

3. Δραστηριότητες

Οι φοιτητές του Τμήματος δραστηριοποιούνται παραγωγικά στο χώρο της επικοινωνίας, του πολιτισμού, της διαφήμισης, της δημοσιογραφίας και της τέχνης, εκδίδοντας εφημερίδες, περιοδικά, και άλλα πειραματικά έντυπα, ηλεκτρονικά περιοδικά, οργανώνοντας θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις, αγώνες αντιλογίας (debates), συμμετέχοντας σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και ραδιοφωνικά προγράμματα και παράγοντας ταινίες μικρού μήκους.

Από το 2002 το Τμήμα αποτελεί, μαζί με το Τμήμα Επικοινωνίας & Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, το Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και την Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ), ιδρυτικό μέλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας.

Από το 2012, το Τμήμα και το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Πολιτιστική Διαχείριση συμμετέχουν στο European Network of Cultural Administration Training Centers (ENCATC).

Γενικότερα, το Τμήμα οργανώνει επιστημονικά συνέδρια, συμπόσια και ημερίδες, συμμετέχει στην πνευματική ζωή της χώρας και προσκαλεί επιφανείς ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

4. Υποδομή για την Διδασκαλία και την Έρευνα

Για τις διδακτικές και ερευνητικές του ανάγκες το Τμήμα χρησιμοποιεί τους χώρους του Παντείου Πανεπιστημίου, καθώς και συγκεκριμένες υπηρεσίες του. Διαθέτει, όμως, παράλληλα και δικούς του χώρους για την κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών του προγράμματός του. Οι χώροι αυτοί είναι:

- α) **Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών** (στον ημιόροφο του Νέου Κτιρίου) που διαθέτει σύγχρονους υπολογιστές Macintosh OSX, συνδεδεμένους σε τοπικό δίκτυο.
- β) **Ψηφιακό Ραδιοτηλεοπτικό Στούντιο** στην Πλάκα, που αξιοποιείται από τους φοιτητές για την άσκησή τους στην παραγωγή ειδησεογραφικού υλικού για online Μέσα, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση αλλά και ταινιών μικρού μήκους.
- γ) **Το Στούντιο «Λήδρα»**, στην Πλάκα, που φιλοξενεί κυρίως πολιτιστικές δραστηριότητες (θέατρο, κινηματογράφος, εικαστικά, μουσική).

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ



A Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Η Τέχνη του Λόγου, Δ. Δημηρούλης
Εισαγωγή στα Μέσα και την Μαζική Επικοινωνία, Ι. Βώβου
Εισαγωγή στην Κοινωνική Θεωρία και Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 19ος αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στην Ιστορία της Τέχνης, Ε. Φουντουλάκη
Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία, Ν. Μπακουνάκης
Εισαγωγή στον Πολιτισμό και τις Πολιτισμικές Σπουδές, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ – Εισαγωγή στην Πληροφορική, υπεύθυνος Δ. Δημηρούλης -
διδάσκων Δ. Ντούνας

B Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Κοινωνιολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 20ός αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στη Διεθνή Πολιτική, Χρ. Γιαλλουρίδης
Συναισθηματική Νοημοσύνη, Εξέλιξη και Επικοινωνία, Δ. Ιορδάνογλου
Αρχές Λειτουργίας του Πολιτεύματος, Μ. Κανελλοπούλου - Αθ.
Διαμαντόπουλος
Εισαγωγή στις Σπουδές Οπτικού Πολιτισμού, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ- Εισαγωγή στο Internet και στα Πολυμέσα, υπεύθυνος Δ.
Δημηρούλης - διδάσκων Δ. Ντούνας

Γ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Σύγχρονη Κοινωνία και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Πολιτική Κοινωνιολογία, Μ. Ψύλλα
Αρχές Marketing. Προϊόντα, Υπηρεσίες, Πολιτισμός, Γ.-Μ. Κλήμης
Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία, Ν. Λεάνδρος
Ποσοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Εισαγωγή στη Μουσειολογία, Α. Γκαζή
Εισαγωγή στην Πολιτιστική Διαχείριση, Κ. Δάλλας*
Ιστορία του Κινηματογράφου Ι, Μ. Παραδείση
Αγγλικά των ΜΜΕ και της Επικοινωνίας, Π. Κόκκορη

Δ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Δημόσια Επικοινωνία, ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη, Π. Ζέρη
Πολιτιστική Πολιτική, Δ. Βουδούρη*
Φιλοσοφία των Μέσων, Δ. Καββαθάς
Εισαγωγή στη Λογοτεχνία, Δ. Δημηρούλης
Ποιοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Επικοινωνία και Γλώσσα, Μ. Κακαβούλια
Εισαγωγή στη Διαφήμιση και στις Δημόσιες Σχέσεις, Π. Τσακαρέστου
Ιστορία της Τέχνης Ι, Ε. Φουντουλάκη
Αγγλικά του Πολιτισμού, Π. Κόκκορη*
Διεθνείς Σχέσεις, Κράτος και Πολιτισμοί, Χρ. Γιαλλουρίδης
Ιστορία του Κινηματογράφου ΙΙ, Μ. Παραδείση

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ε Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Κείμενα του Πολιτισμού: Γραφή-Ανάγνωση-Βιβλίο, Δ. Δημηρούλης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου I, Μ. Κακαβούλια
Αισθητική των Μέσων I, Δ. Καββαθάς
Ιστορία της Τέχνης II, Ε. Φουντουλάκη
Ιστορία των Πολιτικών Ιδεών, Χρ. Αυλάμη
Πολιτική Οικονομία των Έντυπων και Οπτικοακουστικών Μέσων,
Ν. Λεάνδρος
Μουσική, Μύθοι και Τελετουργίες, Χ. Τσοκανή*
Κανόνες Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, Ι. Κική
Πολιτική Επικοινωνία, Μ. Ψύλλα
Κοινωνικά Ζητήματα και Επιχειρηματική Υπευθυνότητα,
Π. Τσακαρέστου
Οργάνωση και Διοίκηση, Δ. Ιορδάνογλου*

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού I, Μ. Ρήγου
Εργαστήριο Πολιτισμού II, Μ. Παραδείση

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας I, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας II, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων I, Π. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων II, Π. Τσακαρέστου &
Ι. Σκαρπέλος

ΣΤ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ιστορία του Θεάτρου, Π. Κόκκορη*
Αισθητική των Μέσων II, Δ. Καββαθάς
Στρατηγική Επιχειρήσεων και Οργανισμών, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II, Μ. Κακαβούλια
Ιστορία και Τύπος στην Ελλάδα του 20ου αιώνα, Χρ. Αυλάμη
Ανθρωπολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής II, Κ. Δάλλας*
Πολιτική Οικονομία του Διαδικτύου, Ν. Λεάνδρος
Δημόσιες Πολιτικές και Επικοινωνιακή Δράση, Μ. Ψύλλα*
Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (μάθημα του Τμήματος Δημόσιας
Διοίκησης)

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού III, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Πολιτισμού IV, Χ. Τσοκανή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας III, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας IV, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων III, Π. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ζ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Δίκαιο του Πολιτισμού, Δ. Βουδούρη*
Μελέτη και Ερμηνεία Υλικού Πολιτισμού, Α. Γκαζή
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου III, Μ. Κακαβούλια
Εξωτερική Πολιτική και ΜΜΕ, Χρ. Γιαλλουρίδης
Θεωρία της Κυβερνητικής, Δ. Καββαθάς
Θεωρία των Δικτύων και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Δίκαιο των Μέσων I: Δίκαιο του Τύπου, Ι. Κική
Νέες Καταναλωτικές Τάσεις, Π. Τσακαρέστου
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Δ. Ιορδάνογλου*
Εισαγωγή στα Βασικά Συστατικά Στοιχεία της Επιχειρηματικότητας,
Γ.-Μ. Κλήμης
Δραματουργία και Παράσταση, Π. Κόκκορη

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού V, Π. Τσακαρέστου & Α. Γκαζή
Εργαστήριο Πολιτισμού VI, Ι. Σκαρπέλος & Μ. Παραδείση

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V, Ν. Λέανδρος & Ι. Σκαρπέλος
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI, Ι. Βώβου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων V, Π. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI, Π. Τσακαρέστου
& Α. Γκαζή

Η Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ψηφιακή Κληρονομιά, Κ. Δάλλας*
Εικόνα και Πολιτισμός: Ελληνικός Οπτικός Πολιτισμός
του 20ού αιώνα, Ι. Σκαρπέλος
Θεωρία της Λογοτεχνίας, Δ. Δημηρούλης
Εφαρμοσμένη Επικοινωνιακή Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ανάλυση Μηνύματος, Μ. Ψύλλα*
Δίκαιο των Μέσων II: Δίκαιο της Ραδιοτηλεόρασης, Ι. Κική*
Φιλοσοφία της Μουσικής, Χ. Τσοκανή
Εφαρμογές Σχεδιασμού Επιχειρηματικού Σχεδίου, Γ.-Μ. Κλήμης
Πτυχιακή Εργασία
Πρακτική άσκηση

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού VII, Ε. Φουντουλάκη
Εργαστήριο Πολιτισμού VIII, Α. Γκαζή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VII, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VIII, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII, Π. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VIII, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

ΤΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ

Εργαστήριο Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Διευθυντής: Καθηγητής Δημήτρης Δημηρούλης

Το Εργαστήριο Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι το θεσμοθετημένο εργαστήριο του Τμήματος. Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα της ίδρυσής του, υπηρετεί τα γνωστικά αντικείμενα της Επικοινωνίας, των ΜΜΕ, των Νέων Τεχνολογιών και του Πολιτισμού, και ειδικότερα στους τομείς της ραδιοτηλεοπτικής σύνταξης και παραγωγής, της επιτραπέζιας τυπογραφίας, της προσομοίωσης διαφημιστικής παραγωγής, των νέων τεχνολογιών και των πολυμέσων, της κινηματογραφικής παραγωγής, της πολιτιστικής διαχείρισης, της ρητορικής της γλώσσας με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών.

Κύρια αποστολή του Εργαστηρίου Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι η κάλυψη των διδακτικών και ερευνητικών αναγκών του Τμήματος. Επίσης, στην αποστολή του περιλαμβάνεται η ανάπτυξη προγραμμάτων διδασκαλίας και έρευνας για μεταπτυχιακούς φοιτητές και υποψήφιους διδάκτορες, η συνεργασία με αντίστοιχα εργαστήρια και κέντρα της Ελλάδας και του εξωτερικού, η διοργάνωση επιστημονικών εκδηλώσεων και η πραγματοποίηση εκδόσεων.



Εργαστήριο Δημοσιογραφίας

Διευθυντής: Αναπλ. Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας του Τμήματος ανήκει στον Τομέα Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και απευθύνεται στους φοιτητές που τα επιστημονικά ή επαγγελματικά ενδιαφέροντά τους στρέφονται προς τα ΜΜΕ. Η παρακολούθηση του Εργαστηρίου Δημοσιογραφίας σηματοδοτεί και την επιλογή της κατεύθυνσης σπουδών Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας-Δημοσιογραφία, τη μία από τις τρεις κατευθύνσεις που παρέχει το Τμήμα στους φοιτητές του. Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας ασκούνται μόνον όσοι επιλέξουν τη συγκεκριμένη κατεύθυνση.

Οι παραδόσεις και οι ασκήσεις του Εργαστηρίου Δημοσιογραφίας αρχίζουν στο Ε' Εξάμηνο και ολοκληρώνονται στο Η', πραγματοποιούνται δηλαδή κατά τα δύο τελευταία έτη σπουδών. Η διδασκαλία των ειδικών δημοσιογραφικών θεμάτων και τεχνικών δεν αρχίζει από το πρώτο έτος σπουδών, διότι δεν είναι στόχος του Τμήματος να λειτουργήσει ως επαγγελματική σχολή που διδάσκει μόνο (ή πρωτίστως) τις τεχνικές της δημοσιογραφίας. Στόχος είναι όσοι αποφοιτούν να έχουν επαρκή παιδεία σε θέματα Επικοινωνίας, Πολιτισμού, Ιστορίας, Οικονομικών, Γλώσσας, Πολιτικής Επιστήμης, Κοινωνιολογίας, ώστε να αποκτήσουν τα αναγκαία πολιτιστικά και γνωστικά εργαλεία που θα τους επιτρέψουν να κατανοούν, να αναλύουν και να τοποθετούνται απέναντι στην κοινωνική πραγματικότητα και όχι απλώς να συλλέγουν πληροφορίες και να τις καταγράφουν με τον προσήκοντα σε κάθε μέσο τρόπο. Οι απόφοιτοί μας θέλουμε να μπορούν να στοχάζονται και να αντιμετωπίζουν κριτικά την εποχή μας- για τούτο, είναι αναγκαία η απόκτηση ευρείας παιδείας και όχι μόνο εξειδικευμένων γνώσεων. Τα δύο πρώτα έτη σπουδών περιλαμβάνουν, λοιπόν, μαθήματα των ανθρωπιστικών και κοινωνικών επιστημών, αλλά και μάθημα εισαγωγής στη Δημοσιογραφία, ώστε κατά την έναρξη της άσκησής τους οι φοιτητές να είναι αρκούντως καταρτισμένοι. Φυσικά, τα μαθήματα αυτά συνεχίζονται και κατά το 3ο-4ο έτος, παράλληλα με εξειδικευμένα μαθήματα που αφορούν τα Μέσα.

Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας οι φοιτητές διδάσκονται τις επικοινωνιακές τεχνικές των έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων. Η διδασκαλία είναι δωρη σε όλα τα εξάμηνα σπουδών. Παράλληλα προς την παρακολούθηση, η διδασκαλία περιλαμβάνει και πρακτική άσκηση στις δημοσιογραφικές τεχνικές. Τόσο η παρακολούθηση των παραδόσεων, όσο και η συμμετοχή στις ασκήσεις είναι υποχρεωτικές. Τα μαθήματα ολοκληρώνονται με την ατομική ή συλλογική παραγωγή πλήρους προϊόντος, (π.χ. ολοκληρωμένης δημοσιογραφικής έρευνας, βίντεο, ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού ρεπορτάζ, online ρεπορτάζ) υπό την ευθύνη του διδάσκοντος. Από το ακαδημαϊκό έτος 2009-2010 λειτουργεί επίσης, το ραδιοτηλεοπτικό στούντιο του Τμήματος το οποίο βρίσκεται στην οδό Χιλλ στην Πλάκα. Εδώ στεγάζεται και ο web ραδιοφωνικός σταθμός Sram, άμεσα συνδεδεμένος με το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας. Το πρόγραμμα παράγεται εξ ολοκλήρου από τους φοιτητές και εντάσσεται στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής διαδικασίας



Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης

Διευθύντρια: Επίκ. Καθηγήτρια Έφη Φουντουλάκη

Το Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης απευθύνεται στους φοιτητές που τα επιστημονικά ή επαγγελματικά ενδιαφέροντά τους αφορούν το πεδίο του πολιτισμού. Στόχος του είναι να εξοικειώσει τους φοιτητές με τους κατευθυντήριους άξονες και τις προτεραιότητες της δουλειάς σε ένα ευρύ πεδίο που αφορά τις τέχνες (θέατρο, κινηματογράφο, μουσική, εικαστικά), την πολιτιστική κληρονομιά (μουσεία, πολιτιστικά ιδρύματα) και τις πολιτιστικές βιομηχανίες. Παράλληλα, οι φοιτητές εξοικειώνονται με τη διαδικασία διοργάνωσης εκδηλώσεων (events management) και προσέλκυσης πόρων (fundraising), καθώς και με ζητήματα πολιτιστικής επικοινωνίας και πολιτιστικού ρεπορτάζ (ραδιόφωνο και άλλα μέσα). Τα τελευταία χρόνια το Εργαστήριο δίνει έμφαση στην αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και στις δυνατότητες που προσφέρουν οι ψηφιακές πλατφόρμες στη διαχείριση του πολιτισμού.

Τα περισσότερα από τα επιμέρους εργαστήρια που προσφέρονται καταλήγουν στη διοργάνωση ενός πραγματικού έργου εξ ολοκλήρου από τους φοιτητές (συναυλία, μουσική εκδήλωση, φεστιβάλ κινηματογράφου, παραγωγή βίντεο, έκθεση σε μουσείο ή χώρο πολιτισμού, κ.ά.) κάτι που τους δίνει μια μοναδική δυνατότητα να ασκηθούν σε επαγγελματικές συνθήκες.

Το Εργαστήριο συνεργάζεται με όλους τους σημαντικούς φορείς πολιτισμού στην Αθήνα (και όχι μόνο) με στόχο την άσκηση των φοιτητών στις καλύτερες δυνατές συνθήκες. Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας διοργανώνονται συνεχείς επισκέψεις σε πολιτιστικούς φορείς, οργανισμούς και ιδρύματα, και διαλέξεις από αναγνωρισμένους επαγγελματίες στο πεδίο του πολιτισμού, των πολιτιστικών βιομηχανιών και της πολιτιστικής διαχείρισης εν γένει.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Διευθύντρια: Επίκ. Καθηγήτρια Μπέττυ Τσακαρέστου

Το Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων έχει σαν όραμα να εμπνεύσει και να εκπαιδεύσει τα μελλοντικά δημιουργικά μυαλά. Συνδυάζοντας τη διεπιστημονική μελέτη του φαινομένου της επικοινωνίας με τη θεωρητική και επαγγελματική εξειδίκευση, προσβλέπει στην εκπαίδευση μιας νέας γενιάς επαγγελματιών που θα ανταποκριθούν στις προκλήσεις της κοινωνίας της γνώσης και της δικτύωσης, με υπευθυνότητα, συνεργατικό πνεύμα, ηγετικές ικανότητες, γνώση και καινοτομία.

Οι απόφοιτοι του Εργαστηρίου δραστηριοποιούνται στους τομείς της Διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων, του Ψηφιακού και Mobile Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, στη διαχείριση περιεχομένου και δημιουργίας στρατηγικής στα social media, στην έρευνα αγοράς, στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, στη Διαχείριση Κρίσεων, στην Οργάνωση και Διαχείριση Γεγονότων και Ανεύρεση Πόρων (Event Management), στη Δημιουργική στρατηγική και κειμενογραφία, στο πεδίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τα τελευταία δύο χρόνια στο Εργαστήριο δίνουμε έμφαση στην ανάπτυξη επιχειρηματικής κουλτούρας και δεξιοτήτων.

Οι ερευνητικές δραστηριότητες του Εργαστηρίου εκτείνονται από την εφαρμοσμένη επικοινωνία, το marketing και τη διαφήμιση ως τη διαχείριση κρίσεων, τη νευρογεσία (neuroleadership), τα social media και την startup επιχειρηματικότητα και καινοτομία. Συνεργάζεται με διεθνείς φορείς, όπως το Copenhagen Business School-CCEBI και συμμετέχει στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα Young Leaders: Developing and Enhancing Leadership Skills for Young Managers in Times of Crisis.

Διοργανώνει διαλέξεις, σεμινάρια και προσομοιώσεις και πραγματοποιεί έρευνες, εστιασμένες στην κουλτούρα, την κατανάλωση και τις καινοτομικές, δημιουργικές και επιχειρηματικές δράσεις της αποκαλούμενης Mobile γενιάς. Συγκεκριμένα τον τελευταίο χρόνο διεξάγει μία εκτεταμένη έρευνα με τίτλο Mobile Generation Next. Στόχος της έρευνας αυτής είναι να προσδιορίσει την κουλτούρα, τις αξίες και τις πρακτικές της mobile γενιάς στη χώρα

μας, μέσα από τη χρήση των συσκευών κινητής τεχνολογίας και τη συμμετοχή τους στα κοινωνικά δίκτυα. Η έρευνα καλύπτει τα παρακάτω πεδία:

- Συνεργατική κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών
- Επιχειρηματικότητα: Startups και crowdfunding
- Εργασία 2.0
- Games: mobile games, online games
- Κοινωνική συμμετοχή και πολιτικός ακτιβισμός 2.0
- Συναισθηματική νοημοσύνη

Τον Φεβρουάριο του 2013 το Εργαστήριο συμμετείχε στην επίσημη ελληνική αποστολή στο Mobile World Congress στη Βαρκελώνη στο πλαίσιο της συνεργασίας του με τον ΣΕΚΕΕ και της συμμετοχής του στο Mobile Cluster.

Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου

Διευθύντρια: Αναπλ. Καθηγήτρια Μαρία Κακαβούλια

Το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου άρχισε την λειτουργία του τον Οκτώβριο του ακαδημαϊκού έτους 1992-1993. Σήμερα, το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου αναπτύσσεται σε τρία διαδοχικά εξάμηνα, ανήκει στον τομέα Εποικοινωνίας και μπορεί να επιλεγεί από φοιτητές και των τριών άτυπων κατευθύνσεων του Τμήματος. Κάθε χρόνο εμπλουτίζεται με νέα μαθήματα, οργάνωση διαλέξεων και σεμιναρίων από ειδικούς, μικρές ομάδες φροντιστηριακών γλωσσικών ασκήσεων, υποχρεωτικές παρουσιάσεις εργασιών, ομαδική έκδοση ηλεκτρονικού φοιτητικού περιοδικού (Lapsus Linguae), κ.α.

Το Εργαστήριο εστιάζει στην Επικοινωνιακή Ρητορική του Γραπτού και Προφορικού Λόγου. Προσφέρει μεθοδολογικά εργαλεία αναγνώρισης γλωσσικών τρόπων και ανάλυσης λόγου. Ειδικότερα θέματα που τίγονται είναι τα ζητήματα των επικοινωνιακών λειτουργιών της γλώσσας σε διαφορετικά συμφραζόμενα και είδη λόγου (δημοσιογραφία, λογοτεχνία, διαφήμιση), αλλά και της παραγωγής του λόγου σε διαφορετικά επικοινωνιακά πλαίσια (ηλεκτρονικά, έντυπα, προφορικά).

Στόχοι του Εργαστηρίου Ρητορικής & Λόγου είναι:

- Η επαρκής διαχείριση του λόγου σε πολλά επίπεδα και περιστάσεις είναι ο πρώτιστος στόχος.
 - Περαιτέρω στόχοι: η εξοικείωση των φοιτητών με πτυχές και μηχανισμούς της γλωσσικής επικοινωνίας, γνώση που κρίνεται απαραίτητη στις εργασιακές προοπτικές και το επαγγελματικό μέλλον τους.
 - Η συστηματική και σε βάθος διερεύνηση των γλωσσικών πρακτικών σε ποικιλία κειμενικών και επικοινωνιακών περιστάσεων. Αφήγηση, διαπραγμάτευση, συνέντευξη, συνομιλία. Επιμέρους στόχοι των εργαστηριακών μαθημάτων είναι οι εξής:
 - α) Η εξοικείωση των φοιτητών με βασικά θέματα, θεωρίες και μοντέλα της άμεσης και της διαμεσολαβημένης γλωσσικής επικοινωνίας
 - β) Ο καλός χειρισμός του προφορικού και γραπτού λόγου
 - γ) Η αναγνώριση και διερεύνηση των ρητορικών σταθερών σε διαφορετικό είδος και ύφος λόγου, αλλά και των μη λεκτικών ρητορικών τρόπων (σιωπή, παύση, χειρονομία, τόνος φωνής, άρθρωση κλπ.)
 - δ) Η έρευνα σχετικά με νέες και ενδιαφέρουσες μεθόδους επεξεργασίας και ανάλυσης του πρωτογενούς γλωσσικού υλικού
- Ως προς την έρευνα, το Εργαστήριο Ρητορικής βρίσκεται στην διαδικασία δημιουργίας βάσης δεδομένων προφορικού λόγου. Έχουν συλλεγεί γύρω στις 400 προφορικές αφηγήσεις με συνέντευξη, ενώ οι φοιτητές ασχολούνται με την επεξεργασία και την πειραματική ανάλυση αυτών των γλωσσικών δεδομένων.

Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών

Διευθυντής: Αναπλ. Καθηγητής Γιάννης Σκαρέλος

Το Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών (ENT) ιδρύθηκε το 1999 και προσφέρει ένα πρόγραμμα μαθημάτων που εστιάζουν στα πολυμέσα, στις διαδικτυακές και πολιτιστικές εφαρμογές. Από το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 συνεργάζεται με τα εργαστήρια των κατευθύνσεων προκειμένου να ενισχύσει τα καινοτομικά και δημιουργικά στοιχεία της εκπαίδευσης που προσφέρουν στους φοιτητές στο χώρο των ΜΜΕ,

της πολιτιστικής διαχείρισης, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων.

Το ερευνητικό του έργο καλύπτει τους τομείς της πολιτιστικής τεχνολογίας, των πολιτιστικών πολυμέσων, των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, των πολυμεσικών εφαρμογών, των εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα, το Internet of things κ.λπ.

Επιπλέον, το Εργαστήριο υποστηρίζει το σύνολο των ψηφιακών υπηρεσιών του Τμήματος, ενώ ο διευθυντής του είναι υπεύθυνος του προγράμματος για την δημιουργία των ανοικτών ψηφιακών μαθημάτων (open courses) του Παντείου Πανεπιστημίου.



ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού συμμετέχει στην πράξη «Πρακτική Άσκηση Παντείου Πανεπιστημίου», και συνεργάζεται με επιχειρήσεις/φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την Πρακτική Άσκηση των φοιτητών και φοιτητριών του. Αντικείμενο της Πρακτικής Άσκησης είναι η μαθητεία τους σε θεματικές ενότητες σχετικές με το γνωστικό αντικείμενο των σπουδών τους.

Το πρόγραμμα της πρακτικής άσκησης (που συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση-Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και από Εθνικούς Πόρους), απευθύνεται στους φοιτητές του Τμήματος που έχουν ολοκληρώσει τα οκτώ εξάμηνα σπουδών τους και επιθυμούν να εργασθούν σε φορείς με τους οποίους συνεργάζεται το Τμήμα (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς σταθμούς, διαφημιστικές εταιρείες, εκδοτικούς οίκους, πολιτιστικά τμήματα των Δήμων, κ.ά.) αποκτώντας έτσι και την ανάλογη εμπειρία. Έχει διάρκεια τριών μηνών και για τους συμμετέχοντες προβλέπεται αμοιβή.

Το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης δεν είναι υποχρεωτικό. Περιλαμβάνεται στα μαθήματα επιλογής του Η' Εξαμήνου όλων των κατευθύνσεων και όσοι συμμετάσχουν, εφόσον εν τω μεταξύ δεν ολοκληρώσουν τις σπουδές τους, δεν βαθμολογούνται, αλλά πιστώνονται με 3 διδακτικές μονάδες.

Η περίοδος εφαρμογής του Προγράμματος Πρακτικής Άσκησης εξαρτάται από τη Διαχειριστική Αρχή του Υπ. Παιδείας. Η πρακτική άσκηση που εγκρίθηκε από το Υπουργείο αφορά τη διετία 2010-2012 με δυνατότητα παράτασης του προγράμματος έως το 2015.



Συνεργαζόμενοι φορείς ανά κατεύθυνση σπουδών

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
EPT	Εκπαιδευτική Ραδιοτηλεόραση	Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης
Δορυφορική EPT	Action Aid	Μουσείο Γουλανδρή Κυκλαδικής Τέχνης
Τα Νέα	Ινστιτούτο Επικοινωνίας	Εκδόσεις Καλειδοσκόπιο
Το Βήμα online	Civitas	Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Αθηνόραμα	Advocate	Κινηματογραφική Εταιρεία Διανομής ODEON
ΣΚΑΙ Ραδιόφωνο-Τηλεόραση	Diageo	Παιδικό Μουσείο
Αθήνα 9.84	Eurobank	Αθηνόραμα
Ρεπορτάζ χωρίς Σύνορα	Mellon	Περιοδικό Σινεμά
Star Channel	Universal	Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
Εκπομπή «Πρωταγωνιστές»	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών
Ραδιοφωνικός σταθμός Flash	Creative	Εθνική Πινακοθήκη
Ίδρυμα της Βουλής	Focus	Υπουργείο Εξωτερικών Διεύθυνση Μορφωτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων
Εφημερίδα Καθημερινή	Olympic DDB	Υπουργείο Πολιτισμού, Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς
Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης	Mellon Adidas.	Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης
National Geographic	ΚΕΘΕΑ	Ελληνικό Φεστιβάλ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERASMUS

Το Πάντειο Πανεπιστήμιο συμμετέχει στο πρόγραμμα ανταλλαγής φοιτητών της Ε.Ε. Erasmus από το 1987 με μετακινήσεις σπουδαστών και διδακτικού προσωπικού. Πρόσφατα η ένταξη του Παντείου Πανεπιστημίου στον Εκτεταμένο Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Χάρτη Έρασμος (Extended European Erasmus University Charter) απέδωσε τη δυνατότητα στο Πανεπιστήμιο μας να δρα περαιτέρω και σε προγράμματα πρακτικής άσκησης και επιμόρφωσης, εκτός της κινητικότητας φοιτητών και διδασκόντων, εξασφαλίζοντας, μετά από αξιολόγηση, την συνέχιση της συνεργασίας του Παντείου με ιδρύματα και επιχειρήσεις του εξωτερικού για τα έτη 2007-2013.

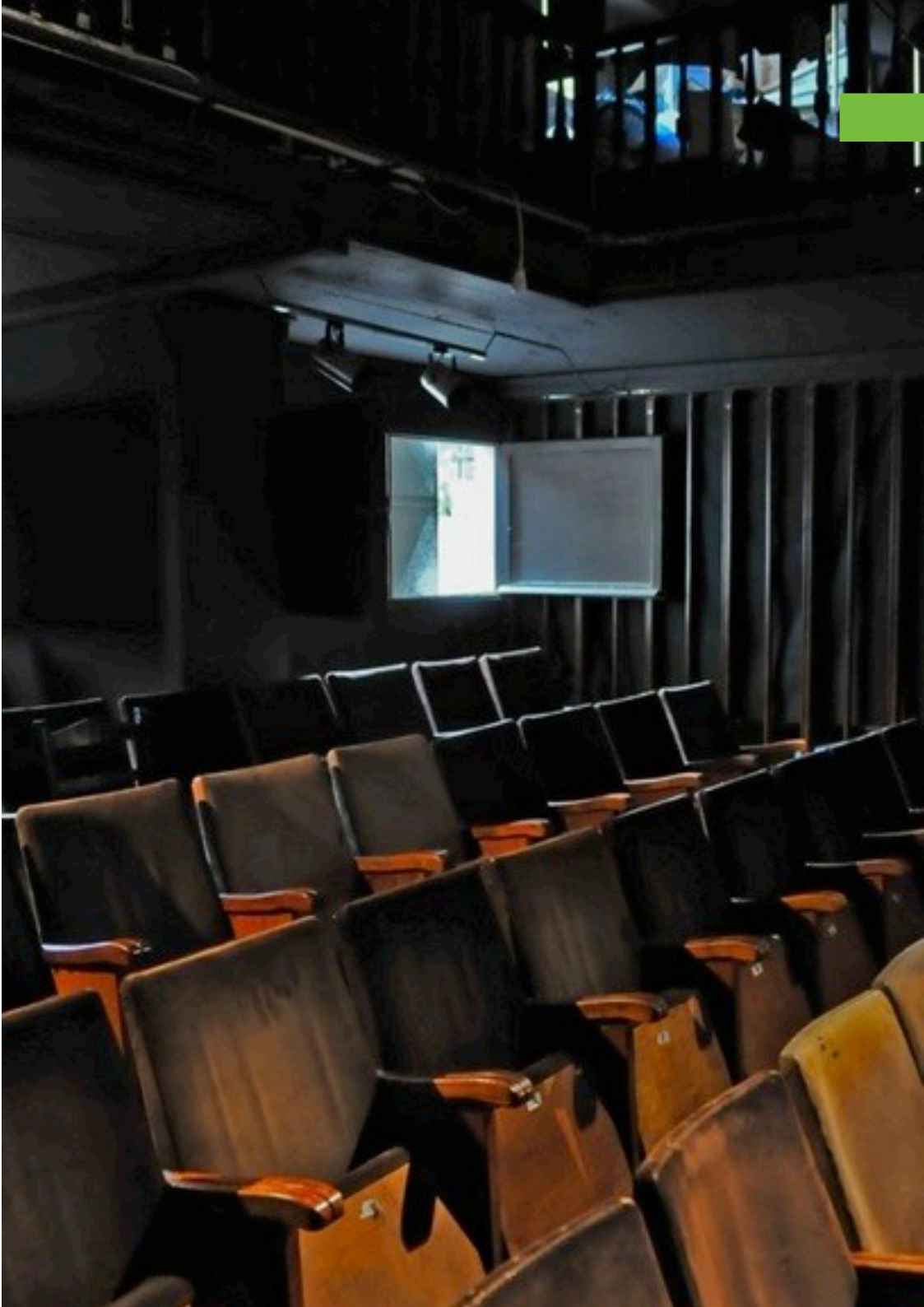
Το πρόγραμμα παρέχει οικονομική ενίσχυση στους μετακινούμενους φοιτητές με σκοπό την κάλυψη μέρους των πρόσθετων δαπανών που συνεπάγονται οι σπουδές σε ένα άλλο κράτος όπως είναι τα έξοδα ταξιδιού, τα έξοδα γλωσσικής προετοιμασίας στη χώρα υποδοχής, οι επιπλέον δαπάνες λόγω διαφοράς κόστους ζωής, οι πρόσθετες δαπάνες λόγω διαφορετικών συνθηκών σπουδών. Τα χορηγούμενα ποσά διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Η οικονομική ενίσχυση δεν αναστέλλει την παροχή εθνικής υποτροφίας δανείου ή ενίσχυσης. Φοιτητές που έχουν λάβει οικονομική ενίσχυση για κινητικότητα σε ένα άλλο Πανεπιστήμιο από το Πρόγραμμα LLP/ERA-STUDIES έχουν τη δυνατότητα να λάβουν επιπλέον και οικονομική ενίσχυση για πρακτική άσκηση από το Πρόγραμμα LLP/ERA-PLACEMENTS.



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ





ΤΟ ΠΜΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Από το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003 το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού οργανώνει Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) με αντικείμενο τη μελέτη θεμάτων που αφορούν στον πολιτισμό και την πολιτιστική δραστηριότητα, τη διοίκηση και την οργάνωση πολιτιστικών οργανισμών και δραστηριοτήτων, την πολιτιστική πολιτική και την επικοινωνία.

Το Πρόγραμμα είναι το μόνο εξειδικευμένο μεταπτυχιακό πρόγραμμα πλήρους φοίτησης που καλύπτει το ευρύτερο φάσμα των γνώσεων και ικανοτήτων σχετικά με το πεδίο της πολιτιστικής διαχείρισης στη χώρα μας. Στις τάξεις του έχουν φοιτήσει, από την ίδρυσή του προ δεκαετίας έως σήμερα, περισσότεροι από τριακόσιοι νέοι επιστήμονες, που στην πλειονότητά τους εργάζονται στον πολιτιστικό τομέα, ενώ ορισμένοι συνέχισαν τις σπουδές τους και την ενασχόλησή τους με την έρευνα σε θέματα συναφή με τα γνωστικά αντικείμενα του προγράμματος.

Σκοπός του προγράμματος είναι να προσφέρει εξειδίκευση στις σύγχρονες επιστημονικές προσεγγίσεις, τις μεθόδους και τις εφαρμοσμένες δεξιότητες της πολιτιστικής διαχείρισης, ευρέως νοουμένης. Πρόκειται για το πρώτο στη χώρα μας πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών στο πεδίο αυτό.

Το ΠΜΣ οδηγεί στη χορήγηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης (ΜΔΕ) στην «Πολιτιστική Διαχείριση» και έχει δεκαπεντάμηνη διάρκεια. Περιλαμβάνει δύο ακαδημαϊκά εξάμηνα διδασκαλίας και μία περίοδο εντός της οποίας εκπονείται μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία.

Η ίδρυση και λειτουργία του προγράμματος σκοπό έχει να συνεισφέρει στην αναγνώριση της σημασίας του πολιτισμού και της πολιτιστικής δραστηριότητας ως παράγοντα κοινωνικής συνοχής, συλλογικής μνήμης και ταυτότητας, επικοινωνίας μεταξύ λαών, διαμόρφωσης σχέσεων μεταξύ κρατών, ατομικής και συλλογικής χειραφέτησης, δημιουργικότητας, κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης.

Η σκοπιμότητα λειτουργίας του προγράμματος γίνεται ακόμη επιτακτικότερη στις σημερινές συνθήκες οικονομικής, αλλά και

πολιτισμικής κρίσης, αφού σήμερα ο πολιτισμός αναδεικνύεται ως σημαντικός παράγων για την διαμόρφωση της φυσιογνωμίας της Ευρώπης, της συνοχής των πολυπολιτισμικών κοινωνιών που την απαρτίζουν και της βιώσιμης ανάπτυξης των οικονομιών της. Η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής δημιουργίας ως παραγόντων οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης είναι ιδιαίτερα σημαντική στην περίπτωση της χώρας μας. Στην Ελλάδα παρατηρείται ακόμη υστέρηση στις παρεχόμενες ευκαιρίες εξειδικευμένης απασχόλησης στον τομέα του πολιτισμού, δεν παύουν όμως να υφίστανται, ακόμη και σήμερα, δυνατότητες απασχόλησης, όπως στην περίπτωση έργων πολιτισμού στο πλαίσιο του προγράμματος «Ψηφιακή συγκλιση», ενώ νέες ευκαιρίες ενδέχεται να προκύψουν στο μέλλον στο πλαίσιο πολιτικών τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης.

Κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 Διευθυντής του Προγράμματος είναι ο αναπληρωτής καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος και μέλη της Συντονιστικής Επιτροπής οι επίκ. καθηγήτριες Έφη Φουντουλάκη, Ανδρομάχη Γκαζή και Μαρία Παραδείση και η λέκτορας Μάρθα Μιχαηλίδου.





ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

A Εξάμηνο (χειμερινό)

Οργάνωση και διοίκηση πολιτιστικών οργανισμών, Γ. Κλήμης
Πολιτιστική διπλωματία, Χ. Γιαλλουρίδης
Οπτικός πολιτισμός, Γ. Σκαρπέλος
Κοινωνιολογία του πολιτισμού, Μ. Μιχαηλίδου
Ιστορία των ιδεών, Σ. Αυλάμη
Φιλοσοφία του πολιτισμού, Δ. Καββαθάς
Παραστατικές τέχνες, Γ. Ανδρεάδης

B Εξάμηνο (εαρινό)

Πολιτιστικό μάρκετινγκ και επικοινωνία, Μ. Τσακαρέστου
Οικονομία του πολιτισμού, Ν. Λέανδρος
Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, Δ. Ιορδάνογλου
Ιστορία της τέχνης, Ε. Φουντουλάκη
Μουσειολογία, Α. Γκαζή
Πολιτισμός και δίκτυα, Π. Ζέρη
Κινηματογράφος, Μ. Παραδείση
Σεμινάριο μεθοδολογίας, Μ. Μιχαηλίδου (υποχρεωτικό)

Σημείωση: Δεν διδάσκονται φέτος τα μαθήματα Νομικό και θεσμικό πλαίσιο του πολιτισμού, Πολιτιστική επικοινωνία και νέες τεχνολογίες και Μουσική λόγω άδειας των διδασκόντων.

ΚΕΝΤΡΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΔΡΑΜΑΤΟΣ & ΘΕΑΜΑΤΟΣ

*and they claim for justice in vain,
lost in the shadows.*



ΚΕΝΤΡΟ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΔΡΑΜΑΤΟΣ & ΘΕΑΜΑΤΟΣ



«Κλασικό είναι κάθε καλό θέατρο. Ο Μπρεχτ, ο Πίντερ είναι κλασικοί όπως και ο Αισχύλος». Αυτά ήταν τα λόγια του μεγάλου σκηνοθέτη Μίνωα Βολανάκη, όταν πρότεινε την ονομασία Κέντρο Κλασικού Δράματος και Θεάματος (ΚΕΔΡΑ) για τον θεσμό που λειτουργεί στο Πάντειο Πανεπιστήμιο από το 1992.

Στόχος του ΚΕΔΡΑ είναι να ερευνήσει τις ρίζες της θεατρικής δημιουργίας και να παρουσιάσει είτε κλασικά είτε ανέκδοτα έργα αξιοποιώντας παραδοσιακούς και εναλλακτικούς κώδικες ερμηνείας. Για τον λόγο αυτό διοργάνωσε επανειλημμένα διαπολιτισμικές θεατρικές συναντήσεις και παραγωγές με κορυφαίους ξένους θιάσους και προώθησε έρευνες που κατέληξαν σε μεταπτυχιακές εργασίες και διδακτορικές διατριβές.

Το αρχαίο ελληνικό δράμα βρίσκεται με διαφορετικούς τρόπους στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων του ΚΕΔΡΑ. Αυτό φαίνεται και από μια σειρά σχετικών συνεδρίων στους Δελφούς, στη Θήβα κ. α, όσο και από το πολυσέλιδο, δίγλωσσο βιβλίο *Στα Ίχνη του Διονύσου, Παραστάσεις Αρχαίας Τραγωδίας*. Η βασική ενασχόληση όμως του ΚΕΔΡΑ με το αρχαίο δράμα είναι πρακτική και δημιουργική. Από το 1994 και εξής παρουσιάστηκαν στην Ελλάδα, την Κύπρο, την Γαλλία, την Ισπανία και την Πορτογαλία.

Τα τελευταία χρόνια το Κέντρο πειραματίζεται σε ένα νέο είδος που βρίσκεται στην πρωτοπορεία των διεθνών θεατρικών αναζητήσεων. Πρόκειται για την διασκευή αρχαίων δραμάτων σε μιούζικαλ που απέληξε στις παραγωγές *Αχ, δολοφόνε μου!* (2007), *(Λ) Όλα Κάφτα* (2008), *Golden Girls* (2010), *I love Μνημόνιο* (2011), *I love Μνημόνιο 2* (2012), *Cyclops Survival* (2013).

Το Κέντρο συμμετέχει σε διεθνή προγράμματα, όπως το Sifnos Crisis και το World Crisis Theatre.

Διευθυντής του ΚΕΔΡΑ είναι ο αναπληρωτής καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος, ενώ ο επί 20ετία διευθυντής του ομότιμος καθηγητής Γιάγκος Ανδρεάδης είναι αναπληρωτής διευθυντής. Στο διοικητικό συμβούλιο συμμετέχουν επίσης ο καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, η επίκουρη καθηγήτρια Χαρίκλεια Τσοκανή και ο υποψήφιος διδάκτορας Κώστας Μητράκας.

ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΤΟΛΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ



ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΤΟΛΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Το Κέντρο Ανατολικών Σπουδών για την Πολιτισμό και την Επικοινωνία ιδρύθηκε το 2012. Έχει ως αποστολή του την ακαδημαϊκή, δηλαδή την επιστημονική ενασχόληση με τον ευρύτερο χώρο της Ανατολής, της Εγγύς, Μέσης και Άπω, που περιλαμβάνει ένα μεγάλο κομμάτι της Ασίας, της Βορείου Αφρικής, της Τουρκίας και της Υπερκαυκασίας.

Η επιστημονική ενασχόληση έχει ως περιεχόμενό της την έρευνα, την διεξαγωγή σεμιναρίων και επιστημονικών εκδηλώσεων, την οργάνωση και διεκπεραίωση μετεκπαιδευτικών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων εξειδικευμένων στις κατευθύνσεις του πολιτισμού, της πολιτικής, της οικονομίας, των διεθνών σχέσεων και της επικοινωνίας των χωρών και των περιοχών της Ανατολής, ενώ ειδική έμφαση δίδεται στον τομέα των δημοσιεύσεων και εκδόσεων σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή.

Η ιστοσελίδα του (kans.gr) αποτελεί το πρώτο και βασικό εργαλείο επικοινωνίας του Κέντρου με την δημοσιότητα, την κοινή γνώμη και ιδιαίτερως τους φοιτητές και την ακαδημαϊκή κοινότητα. Επιδιώκεται η ανάπτυξη μιας διαλεκτικής σχέσης αλληλεπίδρασης που αφορά στις εξελίξεις στην Εγγύς, Μέση και ευρύτερη Ανατολή και που είναι συναφείς με τα γεγονότα της καθημερινότητας, τα προβλήματα των κρατών, ζητήματα συγκρούσεων, εθνικών διενέξεων, θρησκευτικών αντιπαραθέσεων, προβλημάτων ειρήνης και δημοκρατίας, δικαιωμάτων και ελευθεριών.

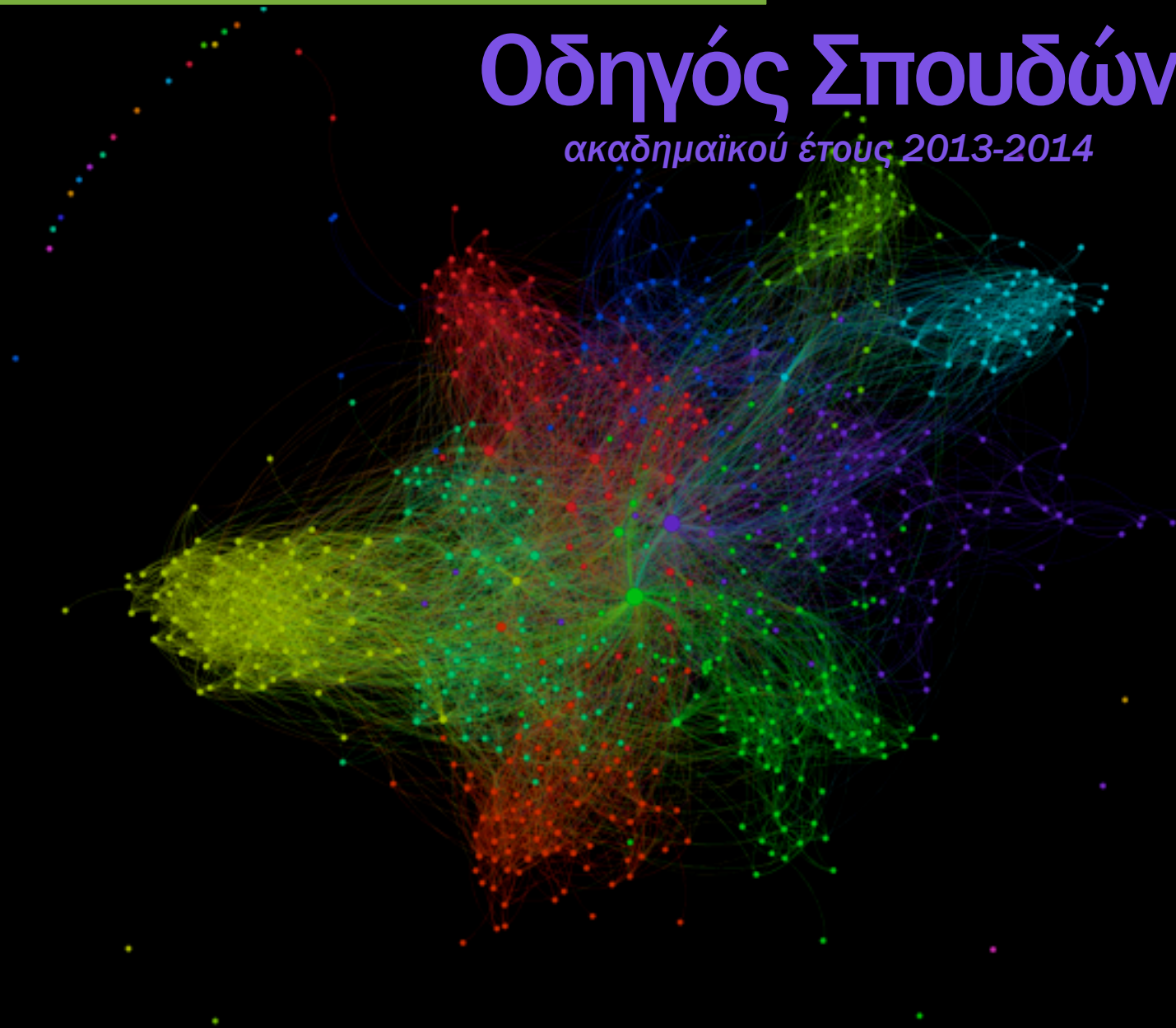
Ο χώρος, τον οποίο το Κέντρο αναλαμβάνει να παρακολουθεί, να αναλύει σε μια πολυεπίπεδη και πολυδιάστατη προσέγγιση, αναδεικνύεται στον 21ο αιώνα ως ο γεωπολιτικά κρισιμότερος και επομένως ζωτικότερος για την πορεία του κόσμου, την υπόθεση της ειρήνης, της ασφάλειας και της σταθερότητας του διεθνούς συστήματος.

Πρόκειται για ένα έργο που εκκίνησε άτυπα προ δωδεκαετίας με έμφαση στην Τουρκία και μέσα από μια συσσωρευμένη εμπειρία δραστηριοτήτων και ακαδημαϊκής έρευνας των στελεχών του, κατάφερε να δημιουργήσει ένα πλέγμα διεθνών διασυνδέσεων και εμπειριών, που του επιτρέπει σήμερα να προχωρήσει σε διεύρυνση γεωγραφικά και θεματικά, από την Εγγύς Ανατολή ως την Ρωσική Ομοσπονδία, την Κίνα και την Ιαπωνία.



Οδηγός Σπουδών

ακαδημαϊκού έτους 2013-2014



<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Κοσμήτορας Σχολής Διεθνών Σπουδών, Επικοινωνίας και Πολιτισμού

Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Πρόεδρος Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Καθηγητής Νίκος Λεάνδρος

Διευθυντές Τομέων

Τομέας Επικοινωνίας: Καθηγήτρια Περσεφόνη Ζέρη

Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας: Αναπλ. Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης: Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Διευθυντής Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

Αναπλ. Καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος

Γραμματεία

Προϊσταμένη Γραμματείας: Ευγενία Νεοφύτου

Τηλ.: 210-9201064

Fax: 210-9220832

email: eug.neofitou@panteion.gr

Γραμματεία (για πληροφορίες): Γιώργος Χαμουζάς

τηλ. 210-9201431

Γραμματεία Μεταπτυχιακού και υποψηφίων διδασκόντων

(για πληροφορίες):

Τηλ. 210-9201064

<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΟΝΟΜΑ

Αυλάμη Χρυσάνθη
Βουδούρη Δάφνη
Βώβου Ιωάννα
Γιαλλουρίδης Χριστόδουλος
Γκαζή Ανδρομάχη
Δάλλας Κωστής
Δημηρούλης Δημήτρης
Ζέρη Περσεφόνη
Ιορδάνογλου Δήμητρα
Καβαθάς Διονύσης
Κακαβούλια Μαρία
Κική Γιάννα
Κλήμης Γιώργος-Μιχαήλ
Κόκκορη Πατρίσια
Λέανδρος Νίκος
Λοβέρδος Ανδρέας*
Μιχαηλίδου Μάρθα
Μπακουνάκης Νίκος
Παραδείση Μαρία
Σκαρπέλος Γιάννης
Τσακαρέστου Μπέττυ
Τσοκανή, Χαρίκλεια
Φουντουλάκη Έφη
Ψύλλα Μαριάννα
Ρήγου Μαρίνα
Ντούνας Δημήτρης

ΒΑΘΜΙΔΑ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Καθηγητής
Καθηγήτρια
Λέκτορας
Επίκουρος Καθηγητής
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Αναπληρωτής Καθηγητής
Λέκτορας
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Ε.ΔΙ.Π.
Ε.Τ.Ε.Π.

* Σε αναστολή καθηκόντων



ΤΟ ΤΜΗΜΑ

1. Ιστορία

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, το πρώτο από τα Τμήματα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που δημιουργήθηκε σε ελληνικό ΑΕΙ, άρχισε να λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 1990-91. Αποστολή του είναι: *«Η θεωρητική και ιστορική-εμπειρική διερεύνηση του φαινομένου της επικοινωνίας, η δημιουργία στελεχιακού δυναμικού δημοσίων υπηρεσιών, δημοσίων σχέσεων και τύπου του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, η κατάρτιση δημοσιογράφων και στελεχών για τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο και για τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, καθώς και στελεχών όλων των μορφών επικοινωνίας και ενημέρωσης».*

Στόχοι του Τμήματος είναι:

α) η εκπόνηση ερευνητικού έργου στα ειδικά γνωστικά πεδία και συγκεκριμένα στους τομείς της επικοινωνίας, των μέσων και της πολιτιστικής διαχείρισης μέσω της αξιοποίησης διεπιστημονικών και πολυεπιστημονικών προσεγγίσεων, και

β) η παροχή υψηλού επιπέδου ακαδημαϊκής γνώσης και εκπαίδευσης των φοιτητών στα συναφή επιστημονικά πεδία, όπως και η προετοιμασία τους για μια ευδόκιμη επαγγελματική πορεία στο πεδίο της δημοσιογραφίας (τόσο των έντυπων όσο και των ηλεκτρονικών και ψηφιακών μέσων), της εφαρμοσμένης επικοινωνίας (περιλαμβανομένης της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων) και της πολιτιστικής διαχείρισης, μέσω της σύνδεσης της θεωρίας με την πράξη.

Επιδίωξη του Τμήματος είναι οι απόφοιτοί του να διαθέτουν *επικοινωνιακή ικανότητα, ακαδημαϊκή επάρκεια, τεχνολογικές δεξιότητες, πολιτιστική εξοικείωση, φιλοσοφική προπαιδεία, κριτική σκέψη, επαγγελματική υπευθυνότητα, γνώση της αγοράς.*

2. Δομή

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι διαρθρωμένο σε τρεις Τομείς:

α) Τομέας Επικοινωνίας

- β) Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας
- γ) Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης

και τρεις Κατευθύνσεις, που οδηγούν, σε κοινό πτυχίο:

- α) Κατεύθυνση Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης
- β) Κατεύθυνση Μέσων Επικοινωνίας
- γ) Κατεύθυνση Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Οι φοιτητές καλούνται να επιλέξουν μία από τις τρεις κατευθύνσεις με την έναρξη του τρίτου έτους σπουδών.

Κατά το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003 εγκαινιάστηκε η λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών με γνωστικό αντικείμενο την Πολιτιστική Διαχείριση.

3. Δραστηριότητες

Οι φοιτητές του Τμήματος δραστηριοποιούνται παραγωγικά στο χώρο της επικοινωνίας, του πολιτισμού, της διαφήμισης, της δημοσιογραφίας και της τέχνης, εκδίδοντας εφημερίδες, περιοδικά, και άλλα πειραματικά έντυπα, ηλεκτρονικά περιοδικά, οργανώνοντας θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις, αγώνες αντιλογίας (debates), συμμετέχοντας σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και ραδιοφωνικά προγράμματα και παράγοντας ταινίες μικρού μήκους.

Από το 2002 το Τμήμα αποτελεί, μαζί με το Τμήμα Επικοινωνίας & Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, το Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και την Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ), ιδρυτικό μέλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας.

Από το 2012, το Τμήμα και το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Πολιτιστική Διαχείριση συμμετέχουν στο European Network of Cultural Administration Training Centers (ENCATC).

Γενικότερα, το Τμήμα οργανώνει επιστημονικά συνέδρια, συμπόσια και ημερίδες, συμμετέχει στην πνευματική ζωή της χώρας και προσκαλεί επιφανείς ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

4. Υποδομή για την Διδασκαλία και την Έρευνα

Για τις διδακτικές και ερευνητικές του ανάγκες το Τμήμα χρησιμοποιεί τους χώρους του Παντείου Πανεπιστημίου, καθώς και συγκεκριμένες υπηρεσίες του. Διαθέτει, όμως, παράλληλα και δικούς του χώρους για την κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών του προγράμματός του. Οι χώροι αυτοί είναι:

- α) **Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών** (στον ημιόροφο του Νέου Κτιρίου) που διαθέτει σύγχρονους υπολογιστές Macintosh OSX, συνδεδεμένους σε τοπικό δίκτυο.
- β) **Ψηφιακό Ραδιοτηλεοπτικό Στούντιο** στην Πλάκα, που αξιοποιείται από τους φοιτητές για την άσκησή τους στην παραγωγή ειδησεογραφικού υλικού για online Μέσα, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση αλλά και ταινιών μικρού μήκους.
- γ) **Το Στούντιο «Λήδρα»**, στην Πλάκα, που φιλοξενεί κυρίως πολιτιστικές δραστηριότητες (θέατρο, κινηματογράφος, εικαστικά, μουσική).

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ



A Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Η Τέχνη του Λόγου, Δ. Δημηρούλης
Εισαγωγή στα Μέσα και την Μαζική Επικοινωνία, Ι. Βώβου
Εισαγωγή στην Κοινωνική Θεωρία και Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 19ος αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στην Ιστορία της Τέχνης, Ε. Φουντουλάκη
Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία, Ν. Μπακουνάκης
Εισαγωγή στον Πολιτισμό και τις Πολιτισμικές Σπουδές, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ – Εισαγωγή στην Πληροφορική, υπεύθυνος Δ. Δημηρούλης -
διδάσκων Δ. Ντούνας

B Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Κοινωνιολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 20ός αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στη Διεθνή Πολιτική, Χρ. Γιαλλουρίδης
Συναισθηματική Νοημοσύνη, Εξέλιξη και Επικοινωνία, Δ. Ιορδάνογλου
Αρχές Λειτουργίας του Πολιτεύματος, Μ. Κανελλοπούλου - Αθ.
Διαμαντόπουλος
Εισαγωγή στις Σπουδές Οπτικού Πολιτισμού, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ- Εισαγωγή στο Internet και στα Πολυμέσα, υπεύθυνος Δ.
Δημηρούλης - διδάσκων Δ. Ντούνας

Γ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Σύγχρονη Κοινωνία και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Πολιτική Κοινωνιολογία, Μ. Ψύλλα
Αρχές Marketing. Προϊόντα, Υπηρεσίες, Πολιτισμός, Γ.-Μ. Κλήμης
Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία, Ν. Λεάνδρος
Ποσοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Εισαγωγή στη Μουσειολογία, Α. Γκαζή
Εισαγωγή στην Πολιτιστική Διαχείριση, Κ. Δάλλας*
Ιστορία του Κινηματογράφου Ι, Μ. Παραδείση
Αγγλικά των ΜΜΕ και της Επικοινωνίας, Π. Κόκκορη

Δ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Δημόσια Επικοινωνία, ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη, Π. Ζέρη
Πολιτιστική Πολιτική, Δ. Βουδούρη*
Φιλοσοφία των Μέσων, Δ. Καββαθάς
Εισαγωγή στη Λογοτεχνία, Δ. Δημηρούλης
Ποιοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Επικοινωνία και Γλώσσα, Μ. Κακαβούλια
Εισαγωγή στη Διαφήμιση και στις Δημόσιες Σχέσεις, Π. Τσακαρέστου
Ιστορία της Τέχνης Ι, Ε. Φουντουλάκη
Αγγλικά του Πολιτισμού, Π. Κόκκορη*
Διεθνείς Σχέσεις, Κράτος και Πολιτισμοί, Χρ. Γιαλλουρίδης
Ιστορία του Κινηματογράφου ΙΙ, Μ. Παραδείση

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ε Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Κείμενα του Πολιτισμού: Γραφή-Ανάγνωση-Βιβλίο, Δ. Δημηρούλης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου I, Μ. Κακαβούλια
Αισθητική των Μέσων I, Δ. Καββαθάς
Ιστορία της Τέχνης II, Ε. Φουντουλάκη
Ιστορία των Πολιτικών Ιδεών, Χρ. Αυλάμη
Πολιτική Οικονομία των Έντυπων και Οπτικοακουστικών Μέσων,
Ν. Λεάνδρος
Μουσική, Μύθοι και Τελετουργίες, Χ. Τσοκανή*
Κανόνες Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, Ι. Κική
Πολιτική Επικοινωνία, Μ. Ψύλλα
Κοινωνικά Ζητήματα και Επιχειρηματική Υπευθυνότητα,
Μπ. Τσακαρέστου
Οργάνωση και Διοίκηση, Δ. Ιορδάνογλου*

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού I, Μ. Ρήγου
Εργαστήριο Πολιτισμού II, Μ. Παραδείσι

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας I, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας II, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων I, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων II, Μπ. Τσακαρέστου
& Ι. Σκαρπέλος

ΣΤ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ιστορία του Θεάτρου, Π. Κόκκορη*
Αισθητική των Μέσων II, Δ. Καββαθάς
Στρατηγική Επιχειρήσεων και Οργανισμών, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II, Μ. Κακαβούλια
Ιστορία και Τύπος στην Ελλάδα του 20ου αιώνα, Χρ. Αυλάμη
Ανθρωπολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής II, Κ. Δάλλας*
Πολιτική Οικονομία του Διαδικτύου, Ν. Λεάνδρος
Δημόσιες Πολιτικές και Επικοινωνιακή Δράση, Μ. Ψύλλα*
Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (μάθημα του Τμήματος Δημόσιας
Διοίκησης)

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού III, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Πολιτισμού IV, Χ. Τσοκανή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας III, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας IV, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων III, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ζ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Δίκαιο του Πολιτισμού, Δ. Βουδούρη*
Μελέτη και Ερμηνεία Υλικού Πολιτισμού, Α. Γκαζή
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου III, Μ. Κακαβούλια
Εξωτερική Πολιτική και ΜΜΕ, Χρ. Γιαλλουρίδης
Θεωρία της Κυβερνητικής, Δ. Καββαθάς
Θεωρία των Δικτύων και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Δίκαιο των Μέσων I: Δίκαιο του Τύπου, Ι. Κική
Νέες Καταναλωτικές Τάσεις, Μπ. Τσακαρέστου
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Δ. Ιορδάνογλου*
Εισαγωγή στα Βασικά Συστατικά Στοιχεία της Επιχειρηματικότητας,
Γ.-Μ. Κλήμης
Δραματουργία και Παράσταση, Π. Κόκκορη

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού V, Μπ. Τσακαρέστου & Α. Γκαζή
Εργαστήριο Πολιτισμού VI, Ι. Σκαρπέλος & Μ. Παραδείση

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V, Ν. Λεάνδρος & Ι. Σκαρπέλος
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI, Ι. Βώβου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων V, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI, Μπ. Τσακαρέστου
& Α. Γκαζή

Η Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ψηφιακή Κληρονομιά, Κ. Δάλλας*
Εικόνα και Πολιτισμός: Ελληνικός Οπτικός Πολιτισμός
του 20ού αιώνα, Ι. Σκαρπέλος
Θεωρία της Λογοτεχνίας, Δ. Δημηρούλης
Εφαρμοσμένη Επικοινωνιακή Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ανάλυση Μηνύματος, Μ. Ψύλλα*
Δίκαιο των Μέσων II: Δίκαιο της Ραδιοτηλεόρασης, Ι. Κική*
Φιλοσοφία της Μουσικής, Χ. Τσοκανή
Εφαρμογές Σχεδιασμού Επιχειρηματικού Σχεδίου, Γ.-Μ. Κλήμης
Πτυχιακή Εργασία
Πρακτική άσκηση

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού VII, Ε. Φουντουλάκη
Εργαστήριο Πολιτισμού VIII, Α. Γκαζή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VII, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VIII, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VIII, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Α Εξάμηνο

Η Τέχνη του Λόγου | Δημήτρης Δημηρούλης

Η τέχνη του λόγου υπηρετεί τον άνθρωπο στις επικοινωνιακές του ανάγκες αλλά και τον καθορίζει ως έλλογο ον. Είτε με τη γραπτή είτε με την προφορική μορφή παρεμβαίνει στην καθημερινότητα και διαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο οργανώνουμε την ζωή μας σε επίπεδο διαπροσωπικών σχέσεων, κοινωνικών θεσμών και επαγγελματικών αναγκών. Όπως όλες οι τέχνες απαιτεί εργασία και ταλέντο, σκέψη και φαντασία, μέθοδο και μεράκι.

Αν έχεις ταλέντο και δεν το υποστηρίξεις φροντίζοντας την τέχνη σου θα ξεθωριάσει. Αντιθέτως, αν δεν διαθέτεις μεγάλο ταλέντο, αλλά εργαστείς σκληρά, θα προκόψεις. Η τέχνη του λόγου απαιτεί μια κάποια έφεση, συνάμα όμως απαιτεί να μεριμνήσει κανείς για την καλλιέργειά της. Σε ένα Τμήμα Επικοινωνίας δεν νοείται σπουδή χωρίς άσκηση στην τέχνη του λόγου. Όποια κατεύθυνση και αν ακολουθήσει ο σπουδαστής (πολιτισμός, δημοσιογραφία, διαφήμιση ή ό,τι άλλο) η τέχνη του λόγου δεν είναι απλό μέσο για τη σταδιοδρομία του αλλά αναγκαία συνθήκη για την αξιοπρεπή παρουσία του στον χώρο. Οι παραδόσεις αποσκοπούν στην πρωτοβάθμια εξοικείωση των φοιτητών με το αντικείμενο, εστιάζοντας, πρωτίστως, σε τρεις τομείς:

- α) Ιστορία και θεωρία της ρητορικής.
- β) Η τέχνη του λόγου σήμερα.
- γ) Τι λένε οι τεχνίτες της γραφής;

Το μάθημα είναι εισαγωγικό, έχει δηλαδή παιδευτικό χαρακτήρα, απαιτεί συνεχή και αδιάλειπτη παρακολούθηση και συνοδεύεται από ασκήσεις εντός και εκτός αιθούσης.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Αριστοτέλης, *Ρητορική*.

Kennedy G., *Ιστορία της Κλασικής Ρητορικής*, Παπαδήμας, Αθήνα, 2000.

Φ. Γκούρεβιτς (επιμ.), *Η Τέχνη της Γραφής (A+B)*, Τόπος, Αθήνα, 2010.

Εισαγωγή στα Μέσα και την Μαζική Επικοινωνία | Ιωάννα Βώβου

Η επικοινωνία στην εποχή των μαζικών μέσων αποτελεί κεντρικό άξονα δράσης που συν-καθορίζει τη μορφή της κοινωνίας. Στόχος του μαθήματος

είναι να προσφέρει μία πρώτη σφαιρική επαφή των φοιτητών με το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας και την κατανόησή του. Στοιχεία λειτουργίας των μέσων επικοινωνίας, καθώς και η εξελικτική πορεία τους στην κοινωνία στην Ελλάδα και διεθνώς, επιτρέπει στους φοιτητές να σκεφτούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των μέσων, τα πορώδη όρια μεταξύ αυτών και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η «κοινωνία της μαζικής επικοινωνίας», διαχρονικά και στη σύγχρονη εποχή. Ειδικότερα, εξετάζονται διαφορετικές πτυχές που χαρακτηρίζουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, τα οποία εμφανίζονται αρχικά ως τεχνολογίες, ωστόσο, παίρνουν υπόσταση μέσω της τριβής τους με κοινωνικές χρήσεις. Η πορεία από την τεχνολογία, στο μαζικό «μέσο» και στον θεσμό απασχολεί το μάθημα αυτό για να αναδείξουμε ότι ο ορισμός τους δεν είναι σταθερός στο χρόνο και δεν είναι ίδιος σε όλες τις κοινωνίες. Μέσα από παραδείγματα γίνεται κατανοητό ότι κάθε μέσο μπορεί να εννοηθεί και ως δια-μέσο, υπό την έννοια του δανεισμού στοιχείων (τεχνολογίας, περιεχομένου, πρακτικών, ύφους, κλπ.). Τα πορώδη όρια των μέσων (ή αλλιώς η διαμεσικότητα) διαγράφουν λοιπόν και μία δυναμική πορεία των μέσων μέσα στην κοινωνία.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Βώβου Ιωάννα (επιμ.), *Ο κόσμος της τηλεόρασης*, Ηρόδοτος, Αθήνα, 2010.
Μπασαντής Διαμαντής, *Ο ημερήσιος Τύπος. Από τον 18ο στον 21ο αιώνα*, Οδυσσέας, Αθήνα, 2002.
Τετράδια Επικοινωνίας Νο 6, *Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα*, ΙΟΜ, 2006.

Εισαγωγή στην Κοινωνική Θεωρία και Έρευνα | Μάρθα Μιχαηλίδου

Το μάθημα αποσκοπεί στην ενθάρρυνση και προαγωγή μιας κοινωνιολογικής κατανόησης των κοινωνικών θεσμών, πρακτικών και φαινομένων. Αντικείμενο του μαθήματος είναι η εισαγωγή στη θεωρητική και μεθοδολογική εξέλιξη των ερευνητικών παραδόσεων και «σχολών» της κοινωνιολογικής έρευνας, με στόχο την εξοικείωση των φοιτητών/τριών με κεντρικά ζητήματα και έννοιες της κοινωνικής θεωρίας έτσι ώστε να είναι σε θέση να αντιληφθούν τη συμβολή της κοινωνικής θεωρίας στη διαμόρφωση των σπουδών επικοινωνίας και πολιτισμού.

Το μάθημα καταρχάς εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο οι κλασικές προσεγγίσεις της κοινωνιολογικής παράδοσης μελέτησαν τη συγκρότηση μιας σειράς φαινομένων που καθόρισαν τις νεωτερικές δυτικές κοινωνίες, φαινόμενα όπως η εκβιομηχάνιση, οι νέες μορφές εργασίας, η ανάδυση νέων κοινωνικών τάξεων, η αστικοποίηση, η γραφειοκρατία, και η ανάπτυξη

των ΜΜΕ και της αστικής δημόσιας σφαίρας. Κατόπιν, το μάθημα στρέφεται στη μελέτη σύγχρονων κοινωνιολογικών θεωριών που σκοπό έχουν να αναλύσουν τις διαδικασίες συγκρότησης, τους θεσμούς και τις πρακτικές που διακρίνουν τις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες. Τα θέματα που θα εξεταστούν περιλαμβάνουν τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτισμικές συνισταμένες του ύστερου καπιταλισμού, την κυριαρχία της πληροφορίας ως παραδειγματικού στοιχείου της σύγχρονης κοινωνικής, επιστημολογικής και πολιτισμικής οργάνωσης, την ανάδυση της παγκοσμιοποίησης, την ανάδυση του φύλου ως αντικείμενο κοινωνιολογικής μελέτης και τους τρόπους με τους οποίους τα φαινόμενα αυτά απαιτούν την αναθεώρηση της κοινωνικής θεωρίας.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Ritzer, G., *Σύγχρονη κοινωνιολογική θεωρία*, Κριτική, Αθήνα, 2012.
Hughes, M & Kroehler, C., *Κοινωνιολογία: οι βασικές έννοιες*, Κριτική, Αθήνα, 2007.
Hall, S, Held, D και McGrew, *Η Νεωτερικότητα σήμερα: οικονομία, κοινωνία, πολιτική, πολιτισμός*, Σαββάλας, Αθήνα, 2003.

Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 19ος αιώνας | Χρυσάνθη Αυλάμη

1789: η Γαλλική επανάσταση μεταμορφώνει τους χάρτες του κόσμου και επιφέρει βαθιές αλλαγές στην πολιτικο-κοινωνική οργάνωση, την οικονομία και τις νοοτροπίες των ευρωπαϊκών πληθυσμών. Στο 19ο αιώνα, εποχή κατά την οποία η Ευρώπη προσπαθεί να κυριαρχήσει στον κόσμο, το επαναστατικό φαινόμενο στην επαναληπτικότητά του και αντιστρόφως, η προσπάθεια διατήρησης της καθεστηκυίας τάξης σημαδεύουν ανεξίτηλα τις ευρωπαϊκές κοινωνίες.

1821: με το ξέσπασμα της ελληνικής επανάστασης, η Ευρώπη της Ιεράς συμμαχίας θα βρεθεί αντιμέτωπη με μια σειρά προβλημάτων : το κίνημα του φιλελληνισμού ως αντίδραση στην συντηρητική πολιτική των ευρωπαϊών ηγετών, την ίδρυση και την πολιτική οργάνωση του νεο-ελληνικού κράτους, την έκδηλη κρίση της Οθωμανικής αυτοκρατορίας και την γένεση των εθνικών και απελευθερωτικών κινημάτων των άλλων βαλκανικών λαών. Στόχος του μαθήματος είναι να αναλυθούν εκ παραλλήλου τα σημαντικότερα φαινόμενα και γεγονότα του ελληνικού και ευρωπαϊκού 19ου αιώνα.

Η αξιολόγηση των φοιτητών βασίζεται στα ακόλουθα κριτήρια :

1. Προαιρετική εκπόνηση εργασιών με αντικείμενο α) την μετάφραση και τον σχολιασμό πολιτικών κειμένων και άρθρων από ευρωπαϊκές εφημερίδες του 19ου αιώνα ή σχολιασμός άρθρων από ελληνικές εφημερίδες του 19ου αιώνα β) την κατασκευή πλάνου γ) την κατασκευή πλάνου με βάση θεματικές (20%)
2. Εξέταση χρονολογίου με ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών (20%)
3. Γραπτό εξετάσεων για την δόμηση του οποίου δίνονται γραπτώς οδηγίες (60% ή 80%)

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Burns, E., *Ευρωπαϊκή Ιστορία. Ο Δυτικός πολιτισμός. Νεότεροι χρόνοι*, Επίκεντρο, Αθήνα, 2006.

Κωστής, Κ., «Τα κακομαθημένα παιδιά της ιστορίας». *Η διαμόρφωση του νεοελληνικού κράτους. 18ος-21ος αιώνας*, Πόλις, Αθήνα, 2013.

Εισαγωγή στην Ιστορία της Τέχνης | Έφη Φουντουλάκη

«Πολλαπλές ερμηνείες του έργου τέχνης: αποκρυπτογράφηση καλλιτεχνικών κωδίκων και κατανόηση των τεχνολογιών»

Κύριος σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση του ματιού με μια πολλαπλή 'ανάγνωση' του έργου τέχνης, καθώς και η καλλιέργεια και η εξάσκηση του βλέμματος. Αναλύεται η αισθητική θεωρία της πρόσληψης ως τρόπος προσέγγισης του έργου τέχνης.

Οι μορφολογικές αναλύσεις (σύνθεση, απόδοση του χώρου και της ανθρώπινης μορφής, ο χειρισμός του φωτός και του χρώματος, κτλ.) αποσκοπούν στην αποκρυπτογράφηση των εικαστικών κωδίκων, στην κατανόηση των τεχνολογιών, καθώς και στην εξοικείωση με την ιστορικοτεχνική ορολογία.

Η μορφολογία προσεγγίζεται κυρίως ως αποτύπωση της θεώρησης και αντίληψης του κόσμου. Η ιστορία της τέχνης της Αναγέννησης και του Μανιερισμού είναι το πεδίο αναφοράς αυτών των μορφολογικών αναλύσεων. Βασικά ερωτήματα γύρω από τα οποία στρέφεται η ανάλυση είναι το πώς δημιουργούνται οι εικαστικοί κώδικες, που αργότερα θα ονομαστούν παραδοσιακοί, τι σημαίνουν τον καιρό της δημιουργίας τους, καθώς και ποια είναι η σχέση τους με την τέχνη του παρελθόντος.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Hans Robert Jauss, *Η θεωρία της πρόσληψης*, Βιβλιοπωλείον της Εστίας, Αθήνα, 1995.

Erwin Panofsky, *Μελέτες εικονολογίας: ουμανιστικά θέματα στην τέχνη της*

Αναγέννησης, Νεφέλη, Αθήνα, 1991.

Γιάκομπ Μπούρκχαρτ, *Ο πολιτισμός της Αναγέννησης στην Ιταλία*, Νεφέλη, Αθήνα, 1997.

Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία | Νίκος Μπακουνάκης

Η δημοσιογραφία ως αφήγηση. Η σχέση με τα αφηγηματικά είδη του μυθιστορήματος και της βιογραφίας. Μοντέλα δημοσιογραφίας: η δημοσιογραφία των απόψεων (views), η δημοσιογραφία των ειδήσεων (news). Παλαιά και νέα μέσα. Η δημοσιογραφική αφήγηση στα παλαιά μέσα. Η δημοσιογραφική αφήγηση στα νέα μέσα. Πολυμεσική δημοσιογραφία. Ψηφιακή αφήγηση(digital story telling). Δημοσιογραφικές αρχές και δεοντολογία. Οικονομικά μοντέλα τύπου και δημοσιογραφία. Δημοσιογραφία και προπαγάνδα (έμφαση στο δοκίμιο "Propaganda" του Edward Bernays). Δημοσιογραφία και Δημόσιες Σχέσεις (έμφαση στο δοκίμιο "Public Opinion" του Walter Lippman).

Οι φοιτητές θα κληθούν να δουλέψουν και να παρουσιάσουν εργασίες βασισμένες στα βιβλία "Κόκκινα Φώτα" του Ζορζ Σιμενόν (εκδόσεις Αγρα) και "Το έγκλημα του Ψυχικού" του Παύλου Νιρβάνα (εκδόσεις Ινδικτος).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Bill Kovach, Tom Rosenstiel, *Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2004.

Gérard Spiteri, *Ο δημοσιογράφος και οι εξουσίες του*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2009.

James Gleick, *Η πληροφορία, Η ιστορία, η θεωρία, ο χείμαρρος*, Τραυλός, Αθήνα, 2011.

Εισαγωγή στον Πολιτισμό και τις Πολιτισμικές Σπουδές |

Γιάννης Σκαρπέλος

Σκοπός του μαθήματος είναι να αναδείξει τις διάφορες αντιλήψεις που αναπτύχθηκαν για τον πολιτισμό, και την εξέλιξή τους ως τις μέρες μας. Επίσης, να δείξει τις σημασιολογικές μετατοπίσεις που επιφέρει η αλλαγή των όρων (π.χ. κουλτούρα, πολιτισμός, καλλιέργεια, παιδεία, υψηλή και μαζική τέχνη). Τέλος, το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση με τις σημαντικότερες κοινωνιολογικές, ψυχαναλυτικές και πολιτικές προσεγγίσεις στον πολιτισμό, ξεκινώντας από τους κλασικούς (Μαρξ, Ντυρκέμ) και φθάνοντας ως τις

πολιτισμικές σπουδές, και τις μεταμοντέρνες αντιλήψεις της υβριδικότητας και της πολυπολιτισμικότητας.

Κοίλιας Χ., Καλαφατούδης, Σ. κ.α., *Εισαγωγή στην Πληροφορική και Χρήση Υπολογιστή*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
Λυπιτάκης Η., *Εισαγωγή στην Επιστήμη των Υπολογιστών*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα, 2000.

Η/Υ - Εισαγωγή στην Πληροφορική | Δημήτρης Ντούνας

Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση με βασικές έννοιες της επιστήμης της Πληροφορικής ώστε να αποκτήσουν οι φοιτητές του Τμήματος τις απαραίτητες γνώσεις και τις δεξιότητες εκείνες που θα τους βοηθήσουν να χρησιμοποιήσουν τα υπολογιστικά συστήματα στα υπόλοιπα μαθήματα και τις εργασίες τους.

Η παρακολούθηση των εργαστηρίων θεωρείται απολύτως αναγκαία για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Η εξέταση, στο τέλος του εξαμήνου, θα περιλαμβάνει θέματα που έχουν παρουσιασθεί στα εργαστήρια, περιέχονται στο βιβλίο που θα διανεμηθεί και έχουν αναρτηθεί στο Ηλεκτρονικό Αμφιθέατρο. Η αξιολόγηση και η βαθμολόγηση θα βασίζεται στα εξής κριτήρια:

- α) Παρουσία & ενεργή παρακολούθηση [10%]
- β) Εργαστηριακές ασκήσεις [10%]
- γ) Τελική εξέταση [80%]

Η διδασκόμενη ύλη θα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Εισαγωγή στους Η/Υ και την Πληροφορική: Η εξέλιξη της Πληροφορικής και κατανόηση των εφαρμογών και των επιδράσεων της σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας και οι προοπτικές της - βασικές έννοιες - ιστορική ανασκόπηση των υπολογιστικών συστημάτων, εξέλιξη, ορολογία - υλικό (hardware) - λογισμικό (software) - Λειτουργικά Συστήματα - Πληροφορική και εκπαίδευση.
- Εκμάθηση του λειτουργικού συστήματος Windows: Γνωριμία & διαμόρφωση των Windows - χρήση των προγραμμάτων των Windows - διαχείριση αρχείων - διαχείριση του υπολογιστή.
- Επεξεργασία κειμένου με χρήση του Microsoft Word: Βασικές τεχνικές επεξεργασίας - μορφοποίησης εγγράφων και προηγμένες εφαρμογές.
- Εισαγωγή στο φύλλο εργασίας Excel: Δημιουργία - Επεξεργασία - Μορφοποίηση φύλλου εργασίας - Δημιουργία γραφημάτων & διαγραμμάτων.
- Εισαγωγή στο λογισμικό παρουσιάσεων Power Point εργασίας: Τεχνικές Παρουσίασης - Δημιουργία - Επεξεργασία - Μορφοποίηση.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Οδηγός Πιστοποίησης Πληροφορικής: *MS Windows XP & Office 2003*, Κλειδάριθμος, Αθήνα.



ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Β Εξάμηνο

Κοινωνιολογία των Μέσων | Ιωάννα Βώβου

Το μάθημα εμβαθύνει στην ανάλυση των μέσων με τη βοήθεια των εργαλείων της κοινωνιολογικής προσέγγισης, έτσι ώστε οι φοιτητές να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα μαζικής επικοινωνίας συνδέονται με την κοινωνία, επηρεάζονται από αυτή, αλλά και τη συνδιαμορφώνουν. Η σταδιακή εισαγωγή στις θεωρίες ανάλυσης των μέσων και του περιεχομένου τους στοχεύει στην ενδυνάμωση της κριτικής αντίληψης των φοιτητών και στην μετατόπιση της οπτικής τους, αφήνοντας τη θέση του απλού 'καταναλωτή' προς όφελος μίας περισσότερο αναλυτικής στάσης. Το μάθημα προσφέρει μία επισκόπηση των βασικών εννοιών της κοινωνιολογίας των μέσων και επικεντρώνεται στη συζήτηση των ερευνών πάνω στα μέσα επικοινωνίας. Η συζήτηση των βασικών εννοιών για την κατανόηση του σύνθετου τρόπου με τον οποίο τα μέσα επικοινωνίας δρουν επί της κοινωνικής πραγματικότητας και τη συνδιαμορφώνουν είναι στο κέντρο της προβληματικής του μαθήματος. Η δημιουργία νοητικών και εμπειρικών περασμάτων από θεωρητικές έννοιες σε κοινωνικές πραγματικότητες που άπτονται των μηνυμάτων των μέσων αποτελεί τον κεντρικό πυρήνα του μαθήματος και θέτει ορισμένες βάσεις ώστε οι φοιτητές να μάθουν να κατανοούν και να διαχειρίζονται τη 'γραμματική' και τους 'κώδικες' των μέσων μαζικής επικοινωνίας στη σύγχρονη εποχή.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Graeme Burton, *Media and Society. Critical Perspectives*, Open University Press, 2005.

ΜακΚουεϊλ Ντένις, Βιντάλ Σβεν, *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας*, Καστανιώτης, 2001.

ΜακΚουεϊλ Ντένις, *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα*, Καστανιώτης, 2003.

Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 20ός αιώνας | Χρυσάνθη Αυλάμη

Ο όρος "Belle époque" χαρακτηρίζει δικαίως τις απαρχές του 20ου αιώνα. Πρόκειται πράγματι για μια εποχή που διακρίνεται από την αυξανόμενη εκδημοκρατικοποίηση των ευρωπαϊκών κοινωνιών, την εμπιστοσύνη και την αισιοδοξία της για το μέλλον, τα σημαντικά τεχνολογικά και πολιτισμικά της

επιτεύγματα. Το ξέσπασμα ωστόσο δύο παγκόσμιων πολέμων θα μετατρέψουν τον 20ο αιώνα σε έναν από τους πιο βίαιους και δολοφονικούς αιώνες της ιστορίας. Κάνοντας μια ανασκόπηση της πολιτικής ιστορίας του 20ου αιώνα, θα μελετήσουμε εκ παραλλήλου τα σημαντικότερα φαινόμενα της ελληνικής και ευρωπαϊκής ιστορίας. Στόχος του μαθήματος είναι πρώτον, να αποκτήσουν οι φοιτητές μια σφαιρική εικόνα του ευρωπαϊκού γίγνεσθαι στον 20ο αιώνα και, δεύτερον, να εστιάσουν στην ελληνική ιστορία “ξαναδιαβάζοντας” τα δρώμενα της περιόδου 1914-1974 στο φως του ευρωπαϊκού και του παγκόσμιου πολιτικού χάρτη

Η αξιολόγηση των φοιτητών βασίζεται στα ακόλουθα κριτήρια :

1. Προαιρετική εκπόνηση εργασιών με αντικείμενο α) την μετάφραση και τον σχολιασμό πολιτικών κειμένων και άρθρων από ευρωπαϊκές εφημερίδες του 20ου αιώνα β) σχολιασμός άρθρων από ελληνικές εφημερίδες του 19ου αιώνα ή γ) την κατασκευή πλάνου (20%)
2. Εξέταση χρονολογίου με ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών (20%)
3. Γραπτό εξετάσεων για την δόμηση του οποίου δίνονται οδηγίες

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Hobsbawm, E., *Η εποχή των άκρων. Ο σύντομος 20ος αιώνας. 1914-1991*, Θεμέλιο, Αθήνα, 2006.

Κωστής, Κ., *“Τα κακομαθημένα παιδιά της ιστορίας”. Η διαμόρφωση του νεοελληνικού κράτους. 18ος-21ος αιώνας*, Πόλις, Αθήνα, 2013.

Εισαγωγή στη Διεθνή Πολιτική | Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Ο σκοπός του Μαθήματος, περιλαμβάνει τη θεωρητική θεματική και περιοχική (Area Studies) προσέγγιση του γνωστικού αντικείμενου των Διεθνών Σχέσεων και της Διεθνούς Πολιτικής. Αυτό σημαίνει, την ανάδειξη της θεωρητικής συζήτησης που διεξάγεται εδώ και δεκαετίες ως προς το εννοιολογικό και μεθοδολογικό περιεχόμενο της Διεθνούς Πολιτικής, δηλαδή τους διάφορους τρόπους και αντιλήψεις προσέγγισης των διεθνών εξελίξεων, στις οποίες περιλαμβάνονται τόσο ο ρόλος και η σημασία του κράτους στη διαχρονική και σύγχρονη προσέγγιση των διεθνών σχέσεων, όσο και των διεθνών θεσμών, αλλά και της Κοινωνίας των Πολιτών, και άλλων οργανισμών όπως είναι οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο – Ν.Γ.Ο.) Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στο ρόλο και τη σημασία του εθνικού κράτους και την ικανότητα ή τη δυνατότητα του να επιβιώνει, στην εποχή της Παγκοσμιοποίησης.

Ως προς τη θεματική προσέγγιση της Διεθνούς Πολιτικής, δίνεται ιδιαίτερη σημασία σε σύγχρονα ζητήματα της Διεθνούς Πολιτικής όπως είναι το Ισλάμ

και οι “ασύμμετρες απειλές” η πορεία ενοποίησης της Ευρώπης, και η δημοκρατική μετεξέλιξη του Συστήματος κρατών του πρώην Σοβιετικού Imperium. Περιοχικά, θα εστιάσει η συζήτηση στο τουρκικό ζήτημα , στην ιστορική και σύγχρονη του διάσταση, καθώς και στη Ρωσική Ομοσπονδία. Το μάθημα είναι Σεμιναριακού τύπου, οι εξετάσεις είναι προφορικές, με εργασίες συμμετεχόντων φοιτητών.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Χρ. Γιαλλουρίδης, *Η Τουρκία στον 21ο αιώνα*, Ι. Σιδέρης, Αθήνα, 2004.

Τσιουλιζέλης Μιχάλης – Υφαντής Κώστας, *Σύγχρονα προβλήματα διεθνών σχέσεων*, Ι. Σιδέρης, Αθήνα, 2002.

Χρ. Γιαλλουρίδης – Τσάκωνας Παναγιώτης. *Ελλάδα και Τουρκία μετά τον Ψυχρό Πόλεμο*, Ι. Σιδέρης, Αθήνα, 2000.

Συναισθηματική Νοημοσύνη, Εξέλιξη και Επικοινωνία |

Δήμητρα Ιορδάνογλου

Το μάθημα μελετά την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης και της επικοινωνίας μέσα από μία εξελικτική σκοπιά. Ξεκινώντας από τη μελέτη της νοημοσύνης ως προσαρμοστικού μηχανισμού και των θεωριών που προτάθηκαν ιστορικά για να την περιγράψουν, φτάνουμε στην έννοια της συναισθηματικής και κοινωνικής νοημοσύνης. Με βάση τα νέα επιστημονικά δεδομένα για τον ανθρώπινο εγκέφαλο από τον κλάδο των νευροεπιστημών, επιχειρείται μία μελέτη των συναισθημάτων και της επίδρασής τους στην ανθρώπινη συμπεριφορά. Η αυτοεπίγνωση, ο αυτοέλεγχος, η διαπροσωπική επικοινωνία, η ενσυναίσθηση, η μη λεκτική επικοινωνία, η συνεργασία, ο ανταγωνισμός είναι έννοιες που εξετάζονται υπό το πρίσμα της εξελικτικής θεωρίας. Η μεθοδολογία του μαθήματος περιλαμβάνει τόσο την θεωρητική όσο και την πρακτική διερεύνηση των παραπάνω θεμάτων μέσα από βιωματικές ασκήσεις, συμπλήρωση ερωτηματολογίων και μελέτες περιπτώσεων.

Θεματικές ενότητες: Η έννοια της νοημοσύνης - Ιστορική εξέλιξη, Η πολλαπλή νοημοσύνη, Συναισθηματική νοημοσύνη – Ερευνητικά δεδομένα - Θεωρητικά μοντέλα, Αυτοεπίγνωση – Εξελικτική θεώρηση των συναισθημάτων, Αυτοδιαχείριση - Διαχείριση θυμού - Διαχείριση στρες, Κοινωνική επίγνωση - Η σημασία της ενσυναίσθησης, Διαπροσωπικές σχέσεις – Θετική συμπεριφορά, Αποτελεσματική επικοινωνία – Ενεργητική ακρόαση – Υποβολή ερωτήσεων, Μη λεκτική επικοινωνία – Η γλώσσα του σώματος, Χειρισμός της διαφορετικότητας.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Goleman, D., *Κοινωνική νοημοσύνη*, Πεδίο, Αθήνα, 2012.

Goleman, D., *Συναισθηματική νοημοσύνη*, Πεδίο, Αθήνα, 2011.

Άαμοντ, Σ. & Γουάνγκ, Σ., *Καλωσήρθατε στον εγκέφαλό σας*, Εκδόσεις ΑΒΓΟ, Αθήνα, 2008.

Αρχές Λειτουργίας του Πολιτεύματος | Μαρία Κανελλοπούλου - Αθανάσιος Διαμαντόπουλος

Η δομή, οργάνωση και λειτουργία του δημοκρατικού κοινοβουλευτικού μας πολιτεύματος. Οι θεμελιώδεις αρχές και οργανωτικές βάσεις του πολιτεύματος εξετάζονται υπό το πρίσμα των διατάξεων του ισχύοντος ελληνικού συντάγματος του 2001, με αναφορές στην ελληνική συνταγματική ιστορία και την πολιτική πραγματικότητα, για την ανάλυση της θεσμικής οργάνωσης του πολιτικού μας συστήματος. Θα εξετασθούν ακόμη, η έννοια και οι διακρίσεις των συνταγμάτων, η αυξημένη τυπική ισχύς του συντάγματος, η δεσμευτικότητα των κανόνων του, η μορφή του πολιτεύματος, οι πηγές του συντάγματος και του συνταγματικού δικαίου.

Εισαγωγή στις Σπουδές Οπτικού Πολιτισμού | Γιάννης Σκαρπέλος

Το μάθημα επιχειρεί να γνωρίσει στους φοιτητές το διεπιστημονικό πεδίο που αναδύθηκε τα τελευταία χρόνια από τη συνάντηση της σημειολογίας, της κοινωνιολογίας, της ανθρωπολογίας, της πολιτικής επιστήμης και των πολιτισμικών σπουδών. Οι έννοιες της «εικόνας» και του «πολιτισμού» αποτελούν την αφετηρία για να σκεφτούμε τη θέση της όρασης και της εικόνας στη μεταμοντέρνα κοινωνία. Παράλληλα, στην προσπάθεια να ξεπεράσουμε τις ριζωμένες από αιώνες αντιλήψεις, προκαταλήψεις και παραδοχές σχετικά με την εικόνα, θα επιχειρήσουμε να μνηθούν οι φοιτητές σε νέες πρακτικές του βλέμματος, με εκπαιδευτικές εκδρομές σε χώρους καθόλου εκπαιδευτικούς.

Η/Υ- Εισαγωγή στο Internet και στα Πολυμέσα | Δημήτρης Ντούνας

Εισαγωγή στη λειτουργία και τις δυνατότητες του Διαδικτύου – Παγκόσμιου Ιστού:

- Ιστορικά στοιχεία – Η εξέλιξη του Internet
- Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (e-mail)
- Εξοικείωση με τα προγράμματα πλοήγησης του παγκόσμιου ιστού (Internet Explorer-Mozilla Fire Fox-Netscape Navigator-Opera, Safari)
- Χρήση των βασικών υπηρεσιών [εργαλεία & εφαρμογές] που παρέχει ο παγκόσμιος ιστός ως μέσο επικοινωνίας και έρευνας για την αποτελεσματική αναζήτηση/ανεύρεση πληροφοριών (μεταφορά δεδομένων, μηχανές αναζήτησης, μεταμηχανές αναζήτησης, δικτυακές πύλες, ιστολόγια, ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ταχυδρομικές λίστες, ομάδες νέων, κ.α.)
- Internet & MME
- Τεχνολογίες της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στη διδασκαλία και τη μάθηση.
- Σχεδιασμός/κατασκευή ιστοσελίδων
- Υπερκείμενο και ηλεκτρονική γραφή
- Βιβλιογραφικές και ερευνητικές τεχνικές

Η παρακολούθηση των εργαστηρίων θεωρείται απολύτως αναγκαία για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Η εξέταση στο τέλος του εξαμήνου θα περιλαμβάνει θέματα που έχουν παρουσιασθεί στα εργαστήρια, έχουν αναρτηθεί στο Ηλεκτρονικό Αμφιθέατρο και περιέχονται στα βιβλία που θα διανεμηθεί. Η αξιολόγηση και η βαθμολόγηση στο τέλος του εξαμήνου θα βασίζεται στα εξής κριτήρια:
α) Παρουσία & ενεργή παρακολούθηση όλων των μαθημάτων [10%]
β) Εργαστηριακές ασκήσεις – Δημιουργία ιστοσελίδας [20%]
γ) Τελική εξέταση [70%]

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Τσέλιος Ν., *Εισαγωγή στην Επιστήμη του Ιστού: Βασικές Υπηρεσίες και Παιδαγωγικές Χρήσεις*, Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2007.

Bolter J. D., *Οι Μεταμορφώσεις της Γραφής*, Μεταίχμιο, Αθήνα.

Berners Lee T. & Fischetti M., *Υφ'ίνοντας τον Π@γκόσμιο Ιστό*, Εκδόσεις Γκοβόστη, Αθήνα, 2002.



ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Γ Εξάμηνο

Σύγχρονη Κοινωνία και Μέσα Επικοινωνίας | Πέρσα Ζέρη

«Το μέσο γραφής που χρησιμοποιούμε συμμετέχει στην διαμόρφωση των σκέψεών μας», αυτή η φράση του Nietzsche θα μπορούσε να είναι το πιστεύω στην επιστήμη των μέσων. Στο μάθημα αυτό θα εξετάσουμε πώς οι κοινωνίες, ο πολιτισμός και η αντίληψη που έχουμε για τον κόσμο χαρακτηρίζονται με εξαιρετικά διαφορετικό τρόπο από τα μαζικά μέσα επικοινωνίας, τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και το Διαδίκτυο. Θα εξετασθούν οι λειτουργίες των ΜΜΕ, η κοινή γνώμη, τα μέσα και η πολιτική διαδικασία, τα πολιτικά σκάνδαλα και τα μέσα, η διασκέδαση, θα αναλυθούν σύγχρονα φαινόμενα όπως η παγκοσμιοποίηση και ο κόσμος ως ροή πληροφοριών, η ψηφιοποίηση, τα Wikis, οι κοινότητες, τα κοινωνικά δίκτυα, η σοφία των πολλών, ο κόσμος των ιστολογίων/blogs, η ανάδυση της μαζικής αυτο-επικοινωνίας, αλλά και «τεχνολογίες της πειθούς» και τεχνικές της ορθολογικής χειραγώγησης που μας «διδάσκουν» τί πρέπει να πιστεύουμε, τί πρέπει να αγοράζουμε, τί πρέπει να βρίσκουμε ως καλό, πώς πρέπει να ζούμε (διαφήμιση). Θα εξετασθεί το φαινόμενο των σταρ και διασημοτήτων (Michael Jackson, Madonna) στην ύστερη νεωτερικότητα και η ανάγκη που έχουν οι άνθρωποι για ήρωες.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Nobert Bolz, *Το αλφαβητάρι των μέσων*, Σμίλη 2008.

W.Lippmann, *Η Κοινή Γνώμη*, Κάλβος 1988.

E. Bernays, *Propaganda*, Brooklyn, NY 1928.

Πολιτική Κοινωνιολογία | Μαριάννα Ψύλλα

Το μάθημα "Πολιτική Κοινωνιολογία" στόχο έχει να εισάγει τους φοιτητές σε βασικές έννοιες που σχετίζονται με το πολιτικό φαινόμενο. Η εξοικείωση με το αντικείμενο της πολιτικής αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την κριτική αντιμετώπιση της πολιτικής πράξης και του πολιτικού στοχασμού. Ο κοινωνιολογικός προσανατολισμός στην πολιτική σκέψη θεωρεί την πολιτική ως ένα σύνολο κοινωνικών δραστηριοτήτων και κοινωνικών σχέσεων από όπου προκύπτει και η εξέταση της κοινωνικής παραγωγής του πολιτικού. Η διεπιστημονικότητα προκύπτει έτσι ως μια αναγκαιότητα εκλαμβάνοντας την πολιτική ως ένα πλέγμα ποικιλόμορφων σχέσεων κάτω από την οπτική της δημόσιας δράσης. Σ'αυτή τη θεώρηση εμπλέκεται όλη η δυναμική των

θεσμών, των πρακτικών, των αξιών, των συμβόλων, των μύθων και των δρώντων σε μια συνεχή διαντίδραση που χωρίς να παραβλέπει βασικές συνιστώσες της πολιτικής όπως εξουσία, απόφαση, λόγος, εμπλέκει και την προβληματική της δημόσιας δράσης και της ερμηνείας που εκάστοτε της αποδίδεται με στόχο την όσο το δυνατόν καλύτερη κατανόηση του πολιτικού φαινομένου. Σ' ένα πρώτο στάδιο η έμφαση δίνεται στην παρουσίαση και ανάλυση της γένεσης και εξέλιξης των πολιτικών θεσμών και των πολιτικών δραστηριοτήτων τονίζοντας τη συσχέτιση μορφών πολιτικής οργάνωσης με διαφορετικές κοινωνικές δομές. Έτσι δίνεται η δυνατότητα να εξετάσουμε τη στενή σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην πολιτική και τις άλλες όψεις της κοινωνικής ζωής. Σ' ένα δεύτερο στάδιο αναλύονται οι ποικίλες μορφές των συλλογικών κινητοποιήσεων και των κομματικών οργανώσεων. Δίνεται έτσι η δυνατότητα ανάλυσης των διαφόρων θεσμών της πολιτικής, όπως είναι τα καθεστώτα, τα κόμματα, οι ομάδες πίεσης, ή οποιαδήποτε άλλη μορφή συλλογικών κινητοποιήσεων. Μια ιδιαίτερη αναφορά δίνεται τέλος στους ίδιους τους συντελεστές δηλαδή τους ποικίλους δρώντες που παρεμβαίνουν στη διακυβέρνηση της πολιτικής και κοινωνικής ζωής. Κάτω από αυτή την οπτική γωνία αναλύεται η έννοια και η πρακτική της δημόσιας δράσης δίνοντας έμφαση στις πράξεις που υλοποιούνται στο δημόσιο χώρο.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

J. Lagroye, B. François, και F. Sawicki, *Πολιτική Κοινωνιολογία*, Τυπωθήτω-Γ.Δαρδανός, Αθήνα, 2008.

M. Duverger, *Εισαγωγή στην Πολιτική*, Παπαζήσης, Αθήνα, 1979.

Γ. Βλάχος, *Θεσμοί και Προβλήματα της Σύγχρονης Δημοκρατίας*, Σάκκουλας, Αθήνα, 1988.

Αρχές Marketing. Προϊόντα, Υπηρεσίες, Πολιτισμός | Γεώργιος-Μιχαήλ Κλήμης

Η λειτουργία του Μάρκετινγκ βρίσκεται στο κέντρο κάθε επιχείρησης ή οργανισμού. Ιδιαίτερα στα πολιτιστικά προϊόντα/υπηρεσίες, όπου η ποιότητα δεν είναι γνωστή ακόμα και έπειτα από την κατανάλωση τους, το μάρκετινγκ παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του καταναλωτή. Συνδυάζοντας καινούργιες θεωρήσεις αλλά και κλασσικές, ο φοιτητής παίρνει τις απαραίτητες γνώσεις και τα εργαλεία για να μπορέσει να πάρει αποφάσεις που αφορούν την λειτουργία της επιχείρησης/οργανισμού όσον αφορά ειδικά πολιτιστικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

P. Kotler & K. Keller, *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2006.

M. McDonald, *Σχέδια Μάρκετινγκ*, Κλειδάριθμος, Αθήνα, 2001.

N. Kotler & P. Kotler, *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, Jossey - Bass, USA, 1998.

Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία | Νίκος Λεάνδρος

Βασική επιδίωξη του μαθήματος είναι να βοηθήσει στην κατανόηση των λειτουργιών και χαρακτηριστικών του οικονομικού συστήματος και να εξετάσει ορισμένα ζωτικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες οικονομίες όπως είναι η οικονομική ανάπτυξη, η ανεργία και ο πληθωρισμός. Αρχικά επιχειρείται μια σύντομη ανασκόπηση της εξέλιξης των οικονομικών θεωριών και αναφορά στις βασικές απόψεις των οικονομολόγων της κλασσικής σχολής, του Marx, του Keynes, των κυριότερων εκπροσώπων της νεοκλασσικής σχολής και του νεοφιλελευθερισμού. Οι διαφορετικές προσεγγίσεις και προτάσεις πολιτικής αναδεικνύονται κατά τρόπο σαφέστερο μέσω της εξέτασης των προβλημάτων της οικονομικής ανάπτυξης, του ρόλου του κράτους στη σύγχρονη οικονομία και των προτεινόμενων μέτρων για την αντιμετώπιση του πληθωρισμού και της ανεργίας. Επίσης, θα αναφερθούμε στη μεταπολεμική εξέλιξη του Καπιταλισμού από την «Χρυσή Εποχή» των πρώτων μεταπολεμικών δεκαετιών, στο στασιμοπληθωρισμό της δεκαετίας του 1970, στην κερδοσκοπική υστερία που κατέλαβε τα διεθνή Χρηματιστήρια στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και στην κρίση που σήμερα ταλανίζει την παγκόσμια οικονομία. Η τελική βαθμολογία εξαρτάται από τη συμμετοχή στο μάθημα και την εργασία κατά 20% και από τις εξετάσεις κατά 80%.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

N. Λεάνδρος, *Οικονομική Κρίση και Σύγχρονη Ανάπτυξη. Η Οπτική της Πολιτικής Οικονομίας*, Διόνικος, Αθήνα, 2012.

A. Δαμασκηνίδη, *Εισαγωγή στην Οικονομική Επιστήμη*. Τόμος 1, University Studio Press, Θεσσαλονίκη, 1998.

R. Arnold, *Εισαγωγή στην Οικονομική*, Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη, 2007.

Ποσοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας | Μάρθα Μιχαηλίδου

Στο μάθημα παρουσιάζονται ποσοτικές μέθοδοι και τεχνικές της επικοινωνιακής έρευνας. Το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών/τριών με τις ποσοτικές μεθόδους έτσι ώστε να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τις αντίστοιχες ερευνητικές παραδόσεις των σπουδών επικοινωνίας και πολιτισμού, στην ανάπτυξη βασικών ικανοτήτων σχεδιασμού και εκπόνησης ποσοτικών ερευνητικών εργασιών, και στην ανάπτυξη κριτικής ικανότητας όσον αφορά την ηθική και επιστημονική διάσταση της επικοινωνιακής έρευνας

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Babbie, E., *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*, Κριτική, Αθήνα, 2011.
Κυριαζή, Ν., *Η Κοινωνιολογική Έρευνα: κριτική επισκόπηση των μεθόδων και τεχνικών*, Πεδίο, Αθήνα, 2012
Jensen, K. B. (Ed.), *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*, Routledge, London, 2013.

Εισαγωγή στη Μουσειολογία | Ανδρομάχη Γκαζή

Το μάθημα αποτελεί εισαγωγή στη μουσειολογία και έχει διπλό στόχο: να εξοικειώσει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές με την έννοια του μουσείου και την εξέλιξή της μέσα στο χρόνο και να εισαγάγει σε βασικά ζητήματα λειτουργίας των μουσείων σήμερα. Η συζήτηση διαρθρώνεται γύρω από τις ακόλουθες θεματικές ενότητες: Στοιχεία ιστορίας, θεωρίας και φιλοσοφίας των μουσείων - Στοιχεία δεοντολογίας και επαγγελματισμού στο μουσείο - Ζητήματα διοίκησης και διαχείρισης μουσείων - Διαχείριση και επιμέλεια συλλογών - Μουσείο και επικοινωνία ο Το κοινό των μουσείων ο Εκθέσεις και άλλες μορφές επικοινωνίας - Μουσεία και νέες τεχνολογίες - Σύγχρονες τάσεις και προοπτικές.
Κάθε θεματική ενότητα συνοδεύεται από ειδική βιβλιογραφία, υποδείξεις για περαιτέρω μελέτη και ένα corpus άρθρων ή δημοσιευμάτων, που διανέμονται συνολικά ως φάκελος σημειώσεων. Στο πλαίσιο του μαθήματος γίνονται επισκέψεις σε επιλεγμένα μουσεία, όπου δίνεται η δυνατότητα στους φοιτητές να εξοικειωθούν με πλευρές της μουσειακής λειτουργίας (π.χ.

διαχείριση συλλογών) και να επισκεφτούν χώρους που δεν είναι προσβάσιμοι στο κοινό (π.χ. αποθήκες, εργαστήρια συντήρησης).
Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται στη συνεπή και ενεργό συμμετοχή στο μάθημα και τις επισκέψεις σε μουσεία (20%) και σε γραπτές εξετάσεις (80%).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

MacDonald, S., *Μουσείο και Μουσειακές Σπουδές. Ένας πλήρης οδηγός*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, Αθήνα, 2012.
Μπούνια, Α., *Στα Παρασκήνια του Μουσείου. Η διαχείριση των μουσειακών συλλογών*, Πατάκης, Αθήνα, 2009.
Black, G., *Το Ελκυστικό Μουσείο. Μουσεία και Επισκέπτες*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, Αθήνα, 2009.

Ιστορία του Κινηματογράφου I | Μαρία Παραδείση

Παρουσίαση των σημαντικότερων σταθμών εξέλιξης του παγκόσμιου κινηματογράφου από τη γέννησή του μέχρι το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η πορεία της έβδομης τέχνης σε παγκόσμιο επίπεδο αναλύεται μέσα από τα ιστορικά και αισθητικά δεδομένα κάθε περιόδου. Η εκτενής αναφορά στους σημαντικότερους δημιουργούς και τα έργα τους συνοδεύεται σε όλα τα μαθήματα από προβολές αποσπασμάτων σχετικών ταινιών. Εκτός από τα αποσπάσματα στο χειμερινό εξάμηνο θα προβληθούν ολόκληρες 5 κλασικές ταινίες: Ο Στρατηγός (1926) του Μπάστερ Κήτον, Το Εργαστήρι του Δόκτορα Καλιγκάρι (1919) του Βίνε, Το Θωρηκτό Ποτέμκιν (1925) του Σεργκέι Αϊζενστάιν, Η Μεγάλη Χίμαιρα (1937) του Ζαν Ρενουάρ και ο Πολίτης Κέιν (1941) του Όρσον Γουέλς. Η αξιολόγηση θα είναι συνάρτηση της παρουσίας και ενεργητικής συμμετοχής των φοιτητών στις παραδόσεις και προβολές και της τελικής προφορικής εξέτασης.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Gerald Mast, Bruce Kavin, *A Short History of the movies*, Allyn and Bacon.
Jack C. Ellis, *A History of Film*, Allyn and Bacon.
David Cook, *A History of Narrative Film*.

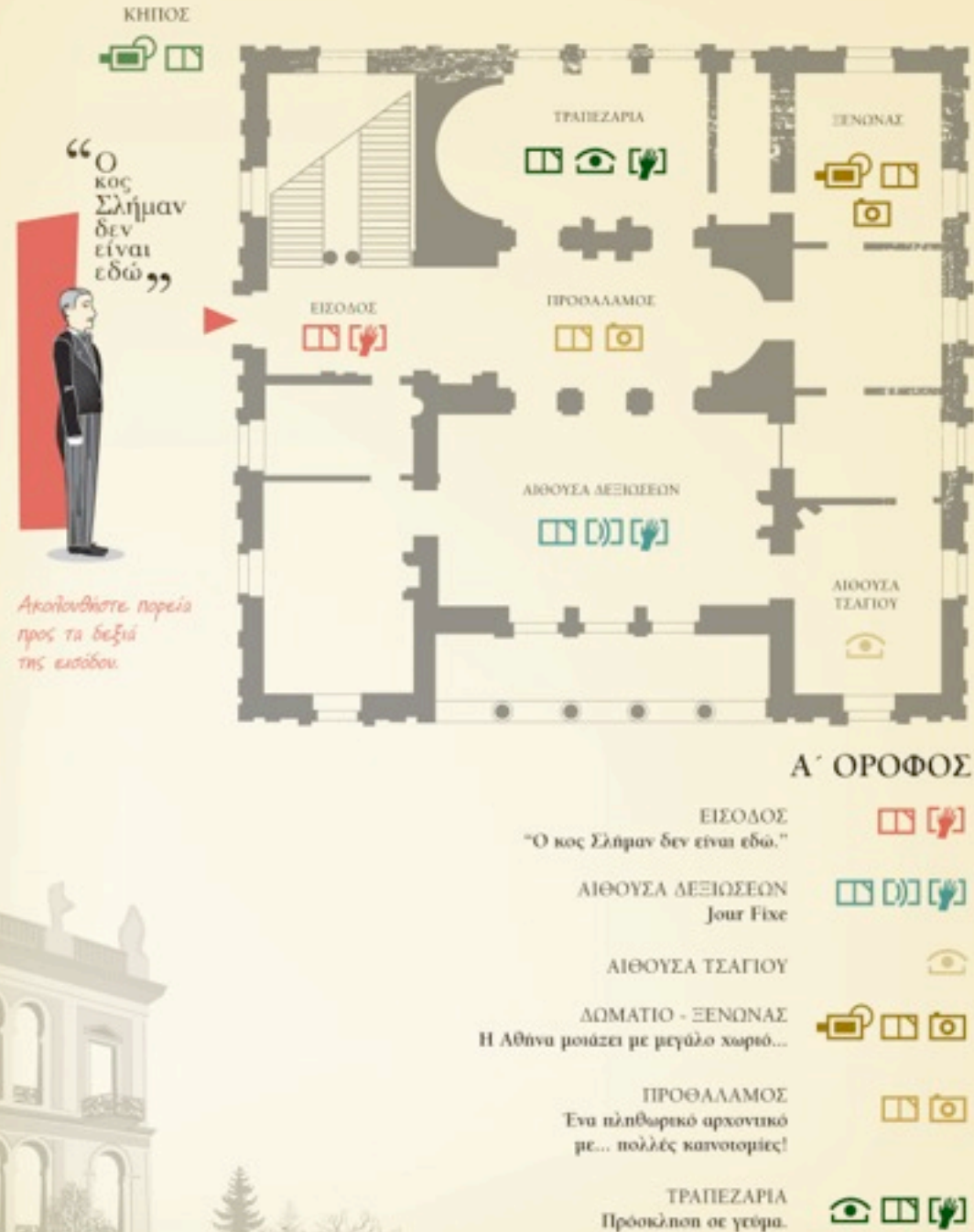
Αγγλικά των ΜΜΕ και της Επικοινωνίας | Πατρίσια Κόκκορη

Εισαγωγή στους κώδικες των έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων και τις επικοινωνιακές συμβάσεις των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων ειδησεογραφίας, ντοκιμαντέρ, διαφήμισης, τηλεοπτικής παραγωγής, κινηματογράφου και του πολυμεσικού προϊόντος. Αντικείμενο του μαθήματος είναι η εισαγωγή στην ανάλυση της επικοινωνιακής λειτουργίας των διαφόρων ειδών, κυρίως, μέσω μιας κειμενογλωσσολογικής προσέγγισης, και η εξοικείωση με την ορολογία της κριτικής αξιολόγησης. Για να επιτύχει το μάθημα τον διπλό στόχο μελετά αρχικά τη φύση και τα χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού και διαφημιστικού λόγου. Έπειτα μελετά ένα σώμα τηλεοπτικού και κινηματογραφικού υλικού για να προσδιοριστούν οι τρόποι με τους οποίους τα διάφορα είδη πληροφορούν, ψυχαγωγούν, παραπλανούν και πείθουν, και διαμορφώνουν την αισθητική ή την κοινωνική αντίληψη. Παράλληλα εξετάζεται η τάση μιας διαρκούς καινοτομίας και ο βαθμός απόκλισης από τα κυρίαρχα μοντέλα -το Χολυγουντιανό, παραδοσιακά αφηγηματικό- ορισμένων «μεικτών» ειδών, με στόχο να προσδιοριστεί ο βαθμός του αντιθετικού χαρακτήρα της πρωτοτυπίας προς τα κυρίαρχα μηνύματα που προβάλλουν οι διάφορες μορφές τεχνολογικής ψευδαίσθησης του «πραγματικού». Με άλλα λόγια, οι συνεχείς αναμορφώσεις βασικών ρεαλιστικών δομών αναλύονται σε σχέση με την διαμόρφωση ενός πλασματικού κόσμου, και μιας πλαστής ή όχι συνείδησης. Σ' αυτήν την γενικότερη γλωσσική κατάρτιση προστίθενται δεξιότητες που αφορούν τη συγγραφή ακαδημαϊκής εργασίας. Ειδικότερα, το μάθημα ασκεί τους φοιτητές σε περιλήψεις επιστημονικών μελετών και στην οργανωτική δομή της επιστημονικής εργασίας. Επειδή το μάθημα περιλαμβάνει οπτικοακουστικές δραστηριότητες και δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην άσκηση του προφορικού λόγου, η ενεργός συμμετοχή είναι απαραίτητη διότι έτσι αποκτάται κατάρτιση που η έντυπη διδακτέα ύλη είναι αδύνατον να προσφέρει.

Τρόπος Αξιολόγησης: Προαιρετικές προφορικές εργασίες 20% (που κατατίθενται σε γραπτή μορφή) και 80% εξέταση, ή 100% γραπτή εξέταση.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Adler Ronald B. & Rodma George, *Understanding Human Communication*, Oxford UP., New York, 2008.
 Thompson Gary, *Rhetoric Through Media*, Allyn and Bacon, Boston, 1997.
 Branston Gill & Stafford Roy, *The Media Student's Book*, Routledge, London, 2000.



ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Δ Εξάμηνο

Δημόσια Επικοινωνία, ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη | Πέρσα Ζέρη

Οι πολιτικοί στη σύγχρονη κοινωνία έχουν διπλή αποστολή: αφενός πρέπει να παίρνουν αποφάσεις στα αρμόδια όργανα και αφετέρου να αγρεύουν ψήφους μπροστά στην κάμερα. Γι' αυτό γίνεται λόγος για τη δημοκρατία των μέσων με την έννοια ότι η πολιτική δημοσιότητα προσανατολίζεται προς τις αρχές παρουσίασης που ισχύουν για τα μέσα επικοινωνίας. Σ' αυτό το πλαίσιο θα πραγματευθούμε τρία διαφορετικά ερευνητικά πεδία: πρώτον τις επιδράσεις των μέσων επικοινωνίας στις επιλογές και τις προτιμήσεις του κοινού και των ψηφοφόρων, δεύτερον τον μετασχηματισμό του πολιτικού, τη δομική επιρροή των μέσων επικοινωνίας στη λειτουργία των κομμάτων, τις ενδοκομματικές επικοινωνιακές σχέσεις, τις σχέσεις πολιτικής αντιπροσώπευσης, την αλλαγή της δημόσιας σφαίρας και τρίτον τη συμβολή των μέσων επικοινωνίας στην μεταβολή της κοινωνικής διαδικασίας (π.χ. αποσύνδεση της κοινωνικής δομής από την πολιτική συμπεριφορά) και στις διαδικασίες αλλαγής της πολιτικής κουλτούρας. Θα εξετάσουμε την αδιαφανή διαδικασία της συμβιωτικής αλληλόδρασης ανάμεσα στην πολιτική και τα μέσα όπου τα κόμματα ασκούν την πολιτική τους στο πλαίσιο μιας αγοράς της δημόσιας προσοχής.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

N. Δεμερτζής, *Πολιτική Επικοινωνία*, Παπαζήσης 2003.
Murray Edelman, *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*, Αθena 1999.
J.W.Dearing/E.M.Rogers, *Οριζοντας τα θέματα*, Παπαζήσης, 2005.

Φιλοσοφία των Μέσων | Διονύσης Καββαθάς

Η εισαγωγή σε μια φιλοσοφική θεώρηση της έννοιας του μέσου ως στοιχείου που συνήθως διαφεύγει από τον έλεγχο της συνείδησής μας είναι ο στόχος αυτού του μαθήματος. Το μάθημα ακολουθεί κυρίως θεωρίες της αποδόμησης (Derrida), της δομικής ψυχανάλυσης (Lacan) και της αναλυτικής του λόγου (Foucault), έχοντας ως μέλημά του την πολυσιδηή προσέγγιση του κόσμου της γνώσης (αλήθεια, νόημα) και της αντίληψης ως ανέκαθεν μεσολαβημένου από τη γραφή, τον αλφαριθμητικό κώδικα ή την εικόνα.

Το γεγονός ότι δεν υπάρχει ένα επέκεινα των μέσων θα επαληθευθεί με την

εκ του σύνεγγυς ανάγνωση και παρουσίαση ενός βιβλίου από τη φιλοσοφία του Νίτσε: το «Η γέννηση της τραγωδίας» από το πνεύμα της μουσικής. Η προτεινόμενη ερμηνεία παρουσιάζει το νεωτερικό έργο τέχνης «μουσικό δράμα» του Βάγκνερ ως οπτικό-ακουστικό φαινόμενο (απολλώνειο-διονυσιακό) που προαναγγέλλει την έλευση των νέων πολυμέσων και το τέλος του μονοπωλίου του «βιβλίου». Το επονομαζόμενο βαγκνερικό «συνολικό έργο τέχνης» δεν μιλά πλέον τη γλώσσα της εγγράμματης κουλτούρας, αλλά εγγράφεται ασυνείδητα μέσω της ρητορικής της εικόνας και του ήχου απευθείας στο νευρικό σύστημα του παραλήπτη, εγκαινιάζοντας με αυτό τον τρόπο ό,τι σήμερα αποκαλείται μουσική ροκ- κουλτούρα. Το σεμινάριο εξετάζει μοντέρνες στρατηγικές ανατροπής της κυριαρχίας του λόγου επί των άλλων Μέσων, ήτοι δυνατότητες αντιστροφής του πλατωνισμού.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Nietzsche, *Η γέννηση της τραγωδίας*, Εστία, 2009.

Σαρά Κοφμάν, *Ο Νίτσε και η μεταφορά*, Σμίλη, 2008

Αντόρνο, *Φιλοσοφία της Νέας Μουσικής*, Νήσος, 2012.

Εισαγωγή στη Λογοτεχνία | Δημήτρης Δημηρούλης

Το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση του φοιτητή με βασικές έννοιες της ιστορίας και της θεωρίας της λογοτεχνίας με παραδειγματικό πεδίο συγκεκριμένα κείμενα από την ελληνική και την παγκόσμια λογοτεχνία. Τα κείμενα μπορεί να είναι ποιητικά, πεζά ή θεατρικά και θα αποτελούν το κέντρο του μαθήματος. Γύρω από αυτό το κέντρο θα αναπτύσσεται μία συζήτηση με δύο σκέλη:

α) Θεωρητικό: Προσέγγιση του ερωτήματος «τι είναι λογοτεχνία;», εξέταση της θεσμικής διάστασης του λογοτεχνικού φαινομένου και ανάλυση εννοιών όπως «συγγραφέας», «αναγνώστης» και «έργο». Παράλληλα θα γίνεται σύντομη αναφορά στις κύριες θεωρητικές σχολές των τελευταίων πενήντα χρόνων.

β) Ιστορικό: Προσέγγιση του ερωτήματος «τι είναι ιστορία της λογοτεχνίας;» με συστηματικές αναφορές στα λογοτεχνικά ρεύματα, στα λογοτεχνικά είδη και στις λογοτεχνικές γενιές. Ιδιαίτερη προσοχή θα δοθεί στην ανάλυση εννοιών όπως: «διαχρονία - συγχρονία», «επίδραση - διακειμενικότητα», «παράδοση - νεωτερικότητα», «λογοτεχνία - ΜΜΕ».

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Αριστοτέλους, *Περί Ποιητικής*, (μτφρ. Σ. Μενάρδος – εισαγωγή Ι.

Συκουτρής), Ακαδημία Αθηνών, Αθήνα.

M. Delcroix - Fr. Hallyn, *Εισαγωγή στις Σπουδές της Λογοτεχνίας. Μέθοδοι του Κειμένου*, Gutenberg, Αθήνα, 1997.

Δημήτρης Δημηρούλης, *Καβουρηδόν και Παραδρόμω*, Τόπος, Αθήνα, 2013.

Ποιοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας | Μάρθα Μιχαηλίδου

Στο μάθημα παρουσιάζονται ποιοτικές μέθοδοι και τεχνικές της επικοινωνιακής έρευνας. Το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών/τριών με τις ποιοτικές μεθόδους έτσι ώστε να μπορούν να συμμετάσχουν σε βασικές ερευνητικές δραστηριότητες, στην ανάπτυξη βασικών ικανοτήτων σχεδιασμού και εκπόνησης ποιοτικών ερευνητικών εργασιών, και στην ανάπτυξη κριτικής ικανότητας όσον αφορά την ηθική και επιστημονική διάσταση της επικοινωνιακής έρευνας

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Mason, Jennifer, *Η Διεξαγωγή της Ποιοτικής Έρευνας*, Πεδίο, Αθήνα, 2012.
Ιωσηφίδης, Θεόδωρος, *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες*, Κριτική, Αθήνα, 2012.

Jensen, K. B., Ed., *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*, Routledge, London, 2013.

Επικοινωνία και Γλώσσα | Μαρία Κακαβούλια

Το μάθημα είναι εισαγωγικό και δίνει μια πρώτη, μη τεχνική, προσέγγιση στη μελέτη της σχέσης επικοινωνίας και γλώσσας, μιας άρρηκτης σχέσης, τις όψεις της οποίας διερευνά ακροθιγώς αυτό το μάθημα. Τα θέματα που μας απασχολούν αφορούν τα εξής πεδία: γλώσσα και κίνηση/ χορός, η διαμάχη για την γλώσσα (φύση / πολιτισμός), ορισμός/-οί της γλώσσας, η γλώσσα ως σύστημα σημείων, παραγωγή και κατανόηση της γλώσσας, γλωσσική επικοινωνία και η θεωρία του Roman Jakobson, το πενταμελές σχήμα της επικοινωνίας, οι επικοινωνιακές λειτουργίες της γλώσσας, το διαξονικό σύστημα για τη γλώσσα, παραδειγματικές και συνταγματικές σχέσεις, μεταφορά και μετωνυμία. Η χρήση ποικιλίας μέσων (βίντεο, παρουσιάσεις

PPT, κ.ά.) καθώς και πειραματικών διαδικασιών στην εκπαιδευτική διαδικασία, κρίνεται απαραίτητη για την περαιτέρω εμπέδωση από τους φοιτητές των εννοιών και του γνωστικού περιεχομένου του μαθήματος. Το μάθημα αυτό απευθύνεται σε όλους τους φοιτητές. Το μάθημα συνδυάζει θεωρία και ανάλυση των επικοινωνιακών λειτουργιών της γλώσσας πάνω σε παραδείγματα χρήσης γλώσσας από τρία διαφορετικά συμφραζόμενα επικοινωνίας (δημοσιογραφία, λογοτεχνία, διαφήμιση).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Jakobson R., *Δοκίμια για την γλώσσα της λογοτεχνίας*, Εστία, Αθήνα, 1998.

Κακαβούλια Μ., *Μορφές & Λέξεις στο έργο της Ελένης Βακαλό*, Νεφέλη, Αθήνα, 2004.

Κακαβούλια Μ., "Επικοινωνία και Γλώσσα. Η προδρομική συμβολή του Roman Jakobson" στο Κ. Πόταγας, Ι. Ευδοκίμίδης (επιμ.) *Συζητήσεις για τον λόγο στο Αιγινήτειο*, Συνάψεις/ Κοινός Τόπος Ψυχιατρικής, Νευροεπιστημών και Επιστημών του Ανθρώπου, Αθήνα, 2008.

Εισαγωγή στη Διαφήμιση και στις Δημόσιες Σχέσεις | Μπέττυ Τσακαρέστου

Πρώτο μέρος (7 μαθήματα). Θεματικές: Η διαφήμιση ως δημιουργική διαδικασία, ως επικοινωνιακή στρατηγική, ως κοινωνικό φαινόμενο και ως επιχειρηματική δραστηριότητα με ιδιαίτερη έμφαση στις ανατροπές που φέρνουν στην επικοινωνία και το branding η κοινωνική δικτύωση και στα social media. Θεματικές: branding, δημιουργικότητα, storytelling, web/ social media και διαφήμιση, σχεδιασμός και δημιουργία διαφημίσεων offline/ web/ mobile/ social media, συνεργατική κατανάλωση (collaborative consumption), games και gamification στην επικοινωνία

Δεύτερο μέρος (6 μαθήματα): Διαχείριση φήμης, ανάπτυξη σχέσεων με ειδικά κοινά (δημοσιογράφοι, κράτος, διεθνείς οργανισμοί, Μη-κυβερνητικές Οργανώσεις, επενδυτές..), στρατηγικός σχεδιασμός προγραμμάτων δημοσιων σχέσεων, οργάνωση εκδηλώσεων, διαχείριση κρίσεων, δημόσιες σχέσεις 2.0-συμμετοχή και διάλογος στα social media. Δημιουργία περιεχομένου στα social networks/ social media.

Θέματα που διατρέχουν όλο το μάθημα: sustainability, καινοτομία, co-creation, διαφάνεια, κουλτούρα συνεργασίας.

Πως δουλεύουμε: Ομιλίες, παρουσιάσεις, case studies, ομαδικά ή ατομικά δημιουργικά projects, προσκεκλημένοι ομιλητές και δημιουργοί

συνεργάζονται με τους φοιτητές, δημιουργούμε τις δικές μας ψηφιακές "καμπάνιες" μέσα από το δικό μας blog στο facebook στο twitter, στο youtube, στο foursquare, στο pinterest, ανεβάζουμε τις παρουσιάσεις μας στο slideshare και τις μοιραζόμαστε τα social media. Επιλέγουμε, σχολιάζουμε, δημιουργούμε video/ podcasts

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Ζώτος Γιώργος, *Διαφήμιση*, University Studio Press.

Νάνσυ Παπαλεξανρή, *Δημόσιες Σχέσεις*, Μπένος.

Ιστορία της Τέχνης I | Έφη Φουντουλάκη

«Τέχνη και πολιτική, 17ος και 18ος αιώνας»

Θεματική συνέχεια του μαθήματος του Α' εξαμήνου. Εξετάζεται η πολυμορφία της τέχνης του Μπαρόκ στη Δυτική Ευρώπη, καθώς και το πώς η τέχνη αυτή τροφοδοτεί, με τον καλύτερο τρόπο, τα όνειρα κύρους της εξουσίας και την ανάγκη της να επιβληθεί.

Η περίοδος του Μπαρόκ εξετάζεται βεβαίως στο κοινωνικό και ιστορικό της πλαίσιο, αλλά επίσης προσεγγίζεται ως περιπέτεια της μορφής και άρα ως ανανέωση του διαλόγου με την τέχνη του παρελθόντος. Στη συνέχεια εξετάζονται τα πολιτικά, φιλοσοφικά και καλλιτεχνικά διλήμματα του 18ου αιώνα, η κυριαρχία του Ορθού Λόγου, η ίδρυση και ο ρόλος των Ακαδημιών, η γέννηση της αισθητικής ως φιλοσοφία της τέχνης και οι καλλιτεχνικές τους εκφράσεις (Ροκοκό, Νεοκλασικισμός).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Έφη Φουντουλάκη, *Επαναφορά στον Greco*, Νεφέλη, Αθήνα, 2005.

Arnold Hauser, *Κοινωνική ιστορία της τέχνης*, Εκδόσεις Κάλβος, Αθήνα, 1984.

E. H. Gombrich, *Τέχνη και ψευδαίσθηση*, Νεφέλη, Αθήνα, 1995.

Διεθνείς Σχέσεις, Κράτος και Πολιτισμοί | Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Το τρίπτυχο «Διεθνείς Σχέσεις, κράτος και Πολιτισμοί» είναι προδήλως αλληλένδετο και αλληλεξαρτώμενο στο βαθμό που διεθνείς σχέσεις δεν μπορούν να υπάρξουν χωρίς το υποκείμενο διεθνούς δικαίου που είναι το κράτος, ενώ ο Πολιτισμός ή οι Πολιτισμοί, αποτελούν κυρίαρχο και αναπόσπαστο συστατικό γνώρισμα τόσο των κρατικών οντοτήτων, όσο και

της ίδιας της διεθνούς πολιτικής.

Στο πλαίσιο του μαθήματος, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση τόσο στη Παγκοσμιοποίηση και το μεταβαλλόμενο ρόλο του κράτους, στην πολιτική κουλτούρα, την εθνική και τις υπερεθνικές ταυτότητες, όσο και στη συναφή έννοια του έθνους, του εθνικισμού, στις ενδοκρατικές συγκρούσεις και στο φαινόμενο του εθνοτικού και αποσχιστικού εθνικισμού.

Τέλος, η συζήτηση θα εστιάσει το ενδιαφέρον της, στη Μεταψυχροπολεμική διάσταση των διεθνών σχέσεων, και στην «προφητεία» Χάντιγκτον περί διεθνούς πολιτικής ως σύγκρουσης πολιτισμών.

Το μάθημα είναι Σεμιναριακού τύπου, οι εξετάσεις είναι προφορικές, με εργασίες συμμετεχόντων φοιτητών.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Clifford Geertz, *Η Ερμηνεία των Πολιτισμών*, Αλεξάνδρεια, Αθήνα, 2003.

Καρακατσούλης Παναγιώτης, *Το Κράτος σε Μετάβαση*, Ι. Σιδέρης, Αθήνα, 2004.

Τσινισιζέλης Μιχάλης - Υφαντής Κώστας, *Σύγχρονα προβλήματα διεθνών σχέσεων*, Ι. Σιδέρης, Αθήνα, 2002.

Ιστορία του Κινηματογράφου II | Μαρία Παραδείση

Παρουσίαση της εξέλιξης της κινηματογραφικής αφήγησης από το τέλος του δεύτερου παγκόσμιου πόλεμου μέχρι τη δεκαετία του 1980 με ανάλυση των ιστορικών και αισθητικών δεδομένων κάθε περιόδου. Η εκτενής αναφορά στους σημαντικότερους δημιουργούς και τα έργα τους συνοδεύεται σε όλα τα μαθήματα από προβολές αποσπασμάτων σχετικών ταινιών. Εκτός από τα αποσπάσματα θα προβληθούν ολόκληρες οι ταινίες *Ρώμη ανοχύρωτη πόλη* (1945) του Ρομπέρτο Ροσελίνι, *Με κομμένη την ανάσα* (1959) του Ζαν-Λυκ Γκοντάρ, *Μπόνου και Κλαιντ* (1967) του Άρθουρ Πεν και μία κλασική ταινία της Άπω Ανατολής. Η αξιολόγηση θα είναι συνάρτηση της παρουσίας και ενεργητικής συμμετοχής των φοιτητών στις παραδόσεις και προβολές και της τελικής προφορικής εξέτασης.



ΤΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ

Εργαστήριο Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Διευθυντής: Καθηγητής Δημήτρης Δημηρούλης

Το Εργαστήριο Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι το θεσμοθετημένο εργαστήριο του Τμήματος. Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα της ίδρυσής του, υπηρετεί τα γνωστικά αντικείμενα της Επικοινωνίας, των ΜΜΕ, των Νέων Τεχνολογιών και του Πολιτισμού, και ειδικότερα στους τομείς της ραδιοτηλεοπτικής σύνταξης και παραγωγής, της επιτραπέζιας τυπογραφίας, της προσομοίωσης διαφημιστικής παραγωγής, των νέων τεχνολογιών και των πολυμέσων, της κινηματογραφικής παραγωγής, της πολιτιστικής διαχείρισης, της ρητορικής της γλώσσας με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών.

Κύρια αποστολή του Εργαστηρίου Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι η κάλυψη των διδακτικών και ερευνητικών αναγκών του Τμήματος. Επίσης, στην αποστολή του περιλαμβάνεται η ανάπτυξη προγραμμάτων διδασκαλίας και έρευνας για μεταπτυχιακούς φοιτητές και υποψήφιους διδάκτορες, η συνεργασία με αντίστοιχα εργαστήρια και κέντρα της Ελλάδας και του εξωτερικού, η διοργάνωση επιστημονικών εκδηλώσεων και η πραγματοποίηση εκδόσεων.



Εργαστήριο Δημοσιογραφίας

Διευθυντής: Αναπλ. Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας του Τμήματος ανήκει στον Τομέα Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και απευθύνεται στους φοιτητές που τα επιστημονικά ή επαγγελματικά ενδιαφέροντά τους στρέφονται προς τα ΜΜΕ. Η παρακολούθηση του Εργαστηρίου Δημοσιογραφίας σηματοδοτεί και την επιλογή της κατεύθυνσης σπουδών Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας-Δημοσιογραφία, τη μία από τις τρεις κατευθύνσεις που παρέχει το Τμήμα στους φοιτητές του. Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας ασκούνται μόνον όσοι επιλέξουν τη συγκεκριμένη κατεύθυνση.

Οι παραδόσεις και οι ασκήσεις του Εργαστηρίου Δημοσιογραφίας αρχίζουν στο Ε' Εξάμηνο και ολοκληρώνονται στο Η', πραγματοποιούνται δηλαδή κατά τα δύο τελευταία έτη σπουδών. Η διδασκαλία των ειδικών δημοσιογραφικών θεμάτων και τεχνικών δεν αρχίζει από το πρώτο έτος σπουδών, διότι δεν είναι στόχος του Τμήματος να λειτουργήσει ως επαγγελματική σχολή που διδάσκει μόνο (ή πρωτίστως) τις τεχνικές της δημοσιογραφίας. Στόχος είναι όσοι αποφοιτούν να έχουν επαρκή παιδεία σε θέματα Επικοινωνίας, Πολιτισμού, Ιστορίας, Οικονομικών, Γλώσσας, Πολιτικής Επιστήμης, Κοινωνιολογίας, ώστε να αποκτήσουν τα αναγκαία πολιτιστικά και γνωστικά εργαλεία που θα τους επιτρέψουν να κατανοούν, να αναλύουν και να τοποθετούνται απέναντι στην κοινωνική πραγματικότητα και όχι απλώς να συλλέγουν πληροφορίες και να τις καταγράφουν με τον προσήκοντα σε κάθε μέσο τρόπο. Οι απόφοιτοί μας θέλουμε να μπορούν να στοχάζονται και να αντιμετωπίζουν κριτικά την εποχή μας- για τούτο, είναι αναγκαία η απόκτηση ευρείας παιδείας και όχι μόνο εξειδικευμένων γνώσεων. Τα δύο πρώτα έτη σπουδών περιλαμβάνουν, λοιπόν, μαθήματα των ανθρωπιστικών και κοινωνικών επιστημών, αλλά και μάθημα εισαγωγής στη Δημοσιογραφία, ώστε κατά την έναρξη της άσκησής τους οι φοιτητές να είναι αρκούντως καταρτισμένοι. Φυσικά, τα μαθήματα αυτά συνεχίζονται και κατά το 3ο-4ο έτος, παράλληλα με εξειδικευμένα μαθήματα που αφορούν τα Μέσα.

Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας οι φοιτητές διδάσκονται τις επικοινωνιακές τεχνικές των έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων. Η διδασκαλία είναι δωρη σε όλα τα εξάμηνα σπουδών. Παράλληλα προς την παρακολούθηση, η διδασκαλία περιλαμβάνει και πρακτική άσκηση στις δημοσιογραφικές τεχνικές. Τόσο η παρακολούθηση των παραδόσεων, όσο και η συμμετοχή στις ασκήσεις είναι υποχρεωτικές. Τα μαθήματα ολοκληρώνονται με την ατομική ή συλλογική παραγωγή πλήρους προϊόντος, (π.χ. ολοκληρωμένης δημοσιογραφικής έρευνας, βίντεο, ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού ρεπορτάζ, online ρεπορτάζ) υπό την ευθύνη του διδάσκοντος. Από το ακαδημαϊκό έτος 2009-2010 λειτουργεί επίσης, το ραδιοτηλεοπτικό στούντιο του Τμήματος το οποίο βρίσκεται στην οδό Χιλλ στην Πλάκα. Εδώ στεγάζεται και ο web ραδιοφωνικός σταθμός Sram, άμεσα συνδεδεμένος με το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας. Το πρόγραμμα παράγεται εξ ολοκλήρου από τους φοιτητές και εντάσσεται στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής διαδικασίας



Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης

Διευθύντρια: Επίκ. Καθηγήτρια Έφη Φουντουλάκη

Το Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης απευθύνεται στους φοιτητές που τα επιστημονικά ή επαγγελματικά ενδιαφέροντά τους αφορούν το πεδίο του πολιτισμού. Στόχος του είναι να εξοικειώσει τους φοιτητές με τους κατευθυντήριους άξονες και τις προτεραιότητες της δουλειάς σε ένα ευρύ πεδίο που αφορά τις τέχνες (θέατρο, κινηματογράφο, μουσική, εικαστικά), την πολιτιστική κληρονομιά (μουσεία, πολιτιστικά ιδρύματα) και τις πολιτιστικές βιομηχανίες. Παράλληλα, οι φοιτητές εξοικειώνονται με τη διαδικασία διοργάνωσης εκδηλώσεων (events management) και προσέλκυσης πόρων (fundraising), καθώς και με ζητήματα πολιτιστικής επικοινωνίας και πολιτιστικού ρεπορτάζ (ραδιόφωνο και άλλα μέσα). Τα τελευταία χρόνια το Εργαστήριο δίνει έμφαση στην αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και στις δυνατότητες που προσφέρουν οι ψηφιακές πλατφόρμες στη διαχείριση του πολιτισμού.

Τα περισσότερα από τα επιμέρους εργαστήρια που προσφέρονται καταλήγουν στη διοργάνωση ενός πραγματικού έργου εξ ολοκλήρου από τους φοιτητές (συναυλία, μουσική εκδήλωση, φεστιβάλ κινηματογράφου, παραγωγή βίντεο, έκθεση σε μουσείο ή χώρο πολιτισμού, κ.ά.) κάτι που τους δίνει μια μοναδική δυνατότητα να ασκηθούν σε επαγγελματικές συνθήκες.

Το Εργαστήριο συνεργάζεται με όλους τους σημαντικούς φορείς πολιτισμού στην Αθήνα (και όχι μόνο) με στόχο την άσκηση των φοιτητών στις καλύτερες δυνατές συνθήκες. Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας διοργανώνονται συνεχείς επισκέψεις σε πολιτιστικούς φορείς, οργανισμούς και ιδρύματα, και διαλέξεις από αναγνωρισμένους επαγγελματίες στο πεδίο του πολιτισμού, των πολιτιστικών βιομηχανιών και της πολιτιστικής διαχείρισης εν γένει.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Διευθύντρια: Επίκ. Καθηγήτρια Μπέττυ Τσακαρέστου

Το Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων έχει σαν όραμα να εμπνεύσει και να εκπαιδεύσει τα μελλοντικά δημιουργικά μυαλά. Συνδυάζοντας τη διεπιστημονική μελέτη του φαινομένου της επικοινωνίας με τη θεωρητική και επαγγελματική εξειδίκευση, προσβλέπει στην εκπαίδευση μιας νέας γενιάς επαγγελματιών που θα ανταποκριθούν στις προκλήσεις της κοινωνίας της γνώσης και της δικτύωσης, με υπευθυνότητα, συνεργατικό πνεύμα, ηγετικές ικανότητες, γνώση και καινοτομία.

Οι απόφοιτοι του Εργαστηρίου δραστηριοποιούνται στους τομείς της Διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων, του Ψηφιακού και Mobile Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, στη διαχείριση περιεχομένου και δημιουργίας στρατηγικής στα social media, στην έρευνα αγοράς, στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, στη Διαχείριση Κρίσεων, στην Οργάνωση και Διαχείριση Γεγονότων και Ανεύρεση Πόρων (Event Management), στη Δημιουργική στρατηγική και κειμενογραφία, στο πεδίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τα τελευταία δύο χρόνια στο Εργαστήριο δίνουμε έμφαση στην ανάπτυξη επιχειρηματικής κουλτούρας και δεξιοτήτων.

Οι ερευνητικές δραστηριότητες του Εργαστηρίου εκτείνονται από την εφαρμοσμένη επικοινωνία, το marketing και τη διαφήμιση ως τη διαχείριση κρίσεων, τη νευρογεσία (neuroleadership), τα social media και την startup επιχειρηματικότητα και καινοτομία. Συνεργάζεται με διεθνείς φορείς, όπως το Copenhagen Business School-CCEBI και συμμετέχει στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα Young Leaders: Developing and Enhancing Leadership Skills for Young Managers in Times of Crisis.

Διοργανώνει διαλέξεις, σεμινάρια και προσομοιώσεις και πραγματοποιεί έρευνες, εστιασμένες στην κουλτούρα, την κατανάλωση και τις καινοτομικές, δημιουργικές και επιχειρηματικές δράσεις της αποκαλούμενης Mobile γενιάς. Συγκεκριμένα τον τελευταίο χρόνο διεξάγει μία εκτεταμένη έρευνα με τίτλο Mobile Generation Next. Στόχος της έρευνας αυτής είναι να προσδιορίσει την κουλτούρα, τις αξίες και τις πρακτικές της mobile γενιάς στη χώρα

μας, μέσα από τη χρήση των συσκευών κινητής τεχνολογίας και τη συμμετοχή τους στα κοινωνικά δίκτυα. Η έρευνα καλύπτει τα παρακάτω πεδία:

- Συνεργατική κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών
- Επιχειρηματικότητα: Startups και crowdfunding
- Εργασία 2.0
- Games: mobile games, online games
- Κοινωνική συμμετοχή και πολιτικός ακτιβισμός 2.0
- Συναισθηματική νοημοσύνη

Τον Φεβρουάριο του 2013 το Εργαστήριο συμμετείχε στην επίσημη ελληνική αποστολή στο Mobile World Congress στη Βαρκελώνη στο πλαίσιο της συνεργασίας του με τον ΣΕΚΕΕ και της συμμετοχής του στο Mobile Cluster.

Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου

Διευθύντρια: Αναπλ. Καθηγήτρια Μαρία Κακαβούλια

Το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου άρχισε την λειτουργία του τον Οκτώβριο του ακαδημαϊκού έτους 1992-1993. Σήμερα, το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου αναπτύσσεται σε τρία διαδοχικά εξάμηνα, ανήκει στον τομέα Εποικοινωνίας και μπορεί να επιλεγεί από φοιτητές και των τριών άτυπων κατευθύνσεων του Τμήματος. Κάθε χρόνο εμπλουτίζεται με νέα μαθήματα, οργάνωση διαλέξεων και σεμιναρίων από ειδικούς, μικρές ομάδες φροντιστηριακών γλωσσικών ασκήσεων, υποχρεωτικές παρουσιάσεις εργασιών, ομαδική έκδοση ηλεκτρονικού φοιτητικού περιοδικού (Lapsus Linguae), κ.α.

Το Εργαστήριο εστιάζει στην Επικοινωνιακή Ρητορική του Γραπτού και Προφορικού Λόγου. Προσφέρει μεθοδολογικά εργαλεία αναγνώρισης γλωσσικών τρόπων και ανάλυσης λόγου. Ειδικότερα θέματα που τίγονται είναι τα ζητήματα των επικοινωνιακών λειτουργιών της γλώσσας σε διαφορετικά συμφραζόμενα και είδη λόγου (δημοσιογραφία, λογοτεχνία, διαφήμιση), αλλά και της παραγωγής του λόγου σε διαφορετικά επικοινωνιακά πλαίσια (ηλεκτρονικά, έντυπα, προφορικά).

Στόχοι του Εργαστηρίου Ρητορικής & Λόγου είναι:

- Η επαρκής διαχείριση του λόγου σε πολλά επίπεδα και περιστάσεις είναι ο πρώτιστος στόχος.
 - Περαιτέρω στόχοι: η εξοικείωση των φοιτητών με πτυχές και μηχανισμούς της γλωσσικής επικοινωνίας, γνώση που κρίνεται απαραίτητη στις εργασιακές προοπτικές και το επαγγελματικό μέλλον τους.
 - Η συστηματική και σε βάθος διερεύνηση των γλωσσικών πρακτικών σε ποικιλία κειμενικών και επικοινωνιακών περιστάσεων. Αφήγηση, διαπραγμάτευση, συνέντευξη, συνομιλία. Επιμέρους στόχοι των εργαστηριακών μαθημάτων είναι οι εξής:
 - α) Η εξοικείωση των φοιτητών με βασικά θέματα, θεωρίες και μοντέλα της άμεσης και της διαμεσολαβημένης γλωσσικής επικοινωνίας
 - β) Ο καλός χειρισμός του προφορικού και γραπτού λόγου
 - γ) Η αναγνώριση και διερεύνηση των ρητορικών σταθερών σε διαφορετικό είδος και ύφος λόγου, αλλά και των μη λεκτικών ρητορικών τρόπων (σιωπή, παύση, χειρονομία, τόνος φωνής, άρθρωση κλπ.)
 - δ) Η έρευνα σχετικά με νέες και ενδιαφέρουσες μεθόδους επεξεργασίας και ανάλυσης του πρωτογενούς γλωσσικού υλικού
- Ως προς την έρευνα, το Εργαστήριο Ρητορικής βρίσκεται στην διαδικασία δημιουργίας βάσης δεδομένων προφορικού λόγου. Έχουν συλλεγεί γύρω στις 400 προφορικές αφηγήσεις με συνέντευξη, ενώ οι φοιτητές ασχολούνται με την επεξεργασία και την πειραματική ανάλυση αυτών των γλωσσικών δεδομένων.

Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών

Διευθυντής: Αναπλ. Καθηγητής Γιάννης Σκαρέλος

Το Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών (ENT) ιδρύθηκε το 1999 και προσφέρει ένα πρόγραμμα μαθημάτων που εστιάζουν στα πολυμέσα, στις διαδικτυακές και πολιτιστικές εφαρμογές. Από το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 συνεργάζεται με τα εργαστήρια των κατευθύνσεων προκειμένου να ενισχύσει τα καινοτομικά και δημιουργικά στοιχεία της εκπαίδευσης που προσφέρουν στους φοιτητές στο χώρο των ΜΜΕ,

της πολιτιστικής διαχείρισης, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων.

Το ερευνητικό του έργο καλύπτει τους τομείς της πολιτιστικής τεχνολογίας, των πολιτιστικών πολυμέσων, των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, των πολυμεσικών εφαρμογών, των εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα, το Internet of things κ.λπ.

Επιπλέον, το Εργαστήριο υποστηρίζει το σύνολο των ψηφιακών υπηρεσιών του Τμήματος, ενώ ο διευθυντής του είναι υπεύθυνος του προγράμματος για την δημιουργία των ανοικτών ψηφιακών μαθημάτων (open courses) του Παντείου Πανεπιστημίου.



ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ



Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού συμμετέχει στην πράξη «Πρακτική Άσκηση Παντείου Πανεπιστημίου», και συνεργάζεται με επιχειρήσεις/φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την Πρακτική Άσκηση των φοιτητών και φοιτητριών του. Αντικείμενο της Πρακτικής Άσκησης είναι η μαθητεία τους σε θεματικές ενότητες σχετικές με το γνωστικό αντικείμενο των σπουδών τους.

Το πρόγραμμα της πρακτικής άσκησης (που συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση-Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και από Εθνικούς Πόρους), απευθύνεται στους φοιτητές του Τμήματος που έχουν ολοκληρώσει τα οκτώ εξάμηνα σπουδών τους και επιθυμούν να εργασθούν σε φορείς με τους οποίους συνεργάζεται το Τμήμα (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς σταθμούς, διαφημιστικές εταιρείες, εκδοτικούς οίκους, πολιτιστικά τμήματα των Δήμων, κ.ά.) αποκτώντας έτσι και την ανάλογη εμπειρία. Έχει διάρκεια τριών μηνών και για τους συμμετέχοντες προβλέπεται αμοιβή.

Το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης δεν είναι υποχρεωτικό. Περιλαμβάνεται στα μαθήματα επιλογής του Η' Εξαμήνου όλων των κατευθύνσεων και όσοι συμμετάσχουν, εφόσον εν τω μεταξύ δεν ολοκληρώσουν τις σπουδές τους, δεν βαθμολογούνται, αλλά πιστώνονται με 3 διδακτικές μονάδες.

Η περίοδος εφαρμογής του Προγράμματος Πρακτικής Άσκησης εξαρτάται από τη Διαχειριστική Αρχή του Υπ. Παιδείας. Η πρακτική άσκηση που εγκρίθηκε από το Υπουργείο αφορά τη διετία 2010-2012 με δυνατότητα παράτασης του προγράμματος έως το 2015.

Συνεργαζόμενοι φορείς ανά κατεύθυνση σπουδών

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
EPT	Εκπαιδευτική Ραδιοτηλεόραση	Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης
Δορυφορική EPT	Action Aid	Μουσείο Γουλανδρή Κυκλαδικής Τέχνης
Τα Νέα	Ινστιτούτο Επικοινωνίας	Εκδόσεις Καλειδοσκόπιο
Το Βήμα online	Civitas	Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Αθηνόραμα	Advocate	Κινηματογραφική Εταιρεία Διανομής ODEON
ΣΚΑΙ Ραδιόφωνο-Τηλεόραση	Diageo	Παιδικό Μουσείο
Αθήνα 9.84	Eurobank	Αθηνόραμα
Ρεπορτάζ χωρίς Σύνορα	Mellon	Περιοδικό Σινεμά
Star Channel	Universal	Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
Εκπομπή «Πρωταγωνιστές»	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών
Ραδιοφωνικός σταθμός Flash	Creative	Εθνική Πινακοθήκη
Ίδρυμα της Βουλής	Focus	Υπουργείο Εξωτερικών Διεύθυνση Μορφωτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων
Εφημερίδα Καθημερινή	Olympic DDB	Υπουργείο Πολιτισμού, Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς
Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης	Mellon Adidas.	Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης
National Geographic	ΚΕΘΕΑ	Ελληνικό Φεστιβάλ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERASMUS

Το Πάντειο Πανεπιστήμιο συμμετέχει στο πρόγραμμα ανταλλαγής φοιτητών της Ε.Ε. Erasmus από το 1987 με μετακινήσεις σπουδαστών και διδακτικού προσωπικού. Πρόσφατα η ένταξη του Παντείου Πανεπιστημίου στον Εκτεταμένο Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Χάρτη Έρασμος (Extended European Erasmus University Charter) απέδωσε τη δυνατότητα στο Πανεπιστήμιο μας να δρα περαιτέρω και σε προγράμματα πρακτικής άσκησης και επιμόρφωσης, εκτός της κινητικότητας φοιτητών και διδασκόντων, εξασφαλίζοντας, μετά από αξιολόγηση, την συνέχιση της συνεργασίας του Παντείου με ιδρύματα και επιχειρήσεις του εξωτερικού για τα έτη 2007-2013.

Το πρόγραμμα παρέχει οικονομική ενίσχυση στους μετακινούμενους φοιτητές με σκοπό την κάλυψη μέρους των πρόσθετων δαπανών που συνεπάγονται οι σπουδές σε ένα άλλο κράτος όπως είναι τα έξοδα ταξιδιού, τα έξοδα γλωσσικής προετοιμασίας στη χώρα υποδοχής, οι επιπλέον δαπάνες λόγω διαφοράς κόστους ζωής, οι πρόσθετες δαπάνες λόγω διαφορετικών συνθηκών σπουδών. Τα χορηγούμενα ποσά διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Η οικονομική ενίσχυση δεν αναστέλλει την παροχή εθνικής υποτροφίας δανείου ή ενίσχυσης. Φοιτητές που έχουν λάβει οικονομική ενίσχυση για κινητικότητα σε ένα άλλο Πανεπιστήμιο από το Πρόγραμμα LLP/ERA-STUDIES έχουν τη δυνατότητα να λάβουν επιπλέον και οικονομική ενίσχυση για πρακτική άσκηση από το Πρόγραμμα LLP/ERA-PLACEMENTS.



Οδηγός Σπουδών

ακαδημαϊκού έτους 2013-2014



<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Κοσμήτορας Σχολής Διεθνών Σπουδών, Επικοινωνίας και Πολιτισμού

Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Πρόεδρος Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

Καθηγητής Νίκος Λεάνδρος

Διευθυντές Τομέων

Τομέας Επικοινωνίας: Καθηγήτρια Περσεφόνη Ζέρη

Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας: Αναπλ. Καθηγητής Νίκος Μπακουνάκης

Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης: Καθηγητής Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Διευθυντής Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών

Αναπλ. Καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος

Γραμματεία

Προϊσταμένη Γραμματείας: Ευγενία Νεοφύτου

Τηλ.: 210-9201064

Fax: 210-9220832

email: eug.neofitou@panteion.gr

Γραμματεία (για πληροφορίες): Γιώργος Χαμουζάς

τηλ. 210-9201431

Γραμματεία Μεταπτυχιακού και υποψηφίων διδασκόντων

(για πληροφορίες):

Τηλ. 210-9201064

<http://cmc.panteion.gr>



ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΟΝΟΜΑ

Αυλάμη Χρυσάνθη
Βουδούρη Δάφνη
Βώβου Ιωάννα
Γιαλλουρίδης Χριστόδουλος
Γκαζή Ανδρομάχη
Δάλλας Κωστής
Δημηρούλης Δημήτρης
Ζέρη Περσεφόνη
Ιορδάνογλου Δήμητρα
Καβαθάς Διονύσης
Κακαβούλια Μαρία
Κική Γιάννα
Κλήμης Γιώργος-Μιχαήλ
Κόκκορη Πατρίσια
Λέανδρος Νίκος
Λοβέρδος Ανδρέας*
Μιχαηλίδου Μάρθα
Μπακουνάκης Νίκος
Παραδείση Μαρία
Σκαρπέλος Γιάννης
Τσακαρέστου Μπέττυ
Τσοκανή, Χαρίκλεια
Φουντουλάκη Έφη
Ψύλλα Μαριάννα
Ρήγου Μαρίνα
Ντούνας Δημήτρης

ΒΑΘΜΙΔΑ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Καθηγητής
Καθηγήτρια
Λέκτορας
Επίκουρος Καθηγητής
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Επίκουρος Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Καθηγητής
Αναπληρωτής Καθηγητής
Λέκτορας
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρωτής Καθηγητής
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Επίκουρη Καθηγήτρια
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Ε.ΔΙ.Π.
Ε.Τ.Ε.Π.

* Σε αναστολή καθηκόντων



ΤΟ ΤΜΗΜΑ

1. Ιστορία

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, το πρώτο από τα Τμήματα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που δημιουργήθηκε σε ελληνικό ΑΕΙ, άρχισε να λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 1990-91. Αποστολή του είναι: *«Η θεωρητική και ιστορική-εμπειρική διερεύνηση του φαινομένου της επικοινωνίας, η δημιουργία στελεχιακού δυναμικού δημοσίων υπηρεσιών, δημοσίων σχέσεων και τύπου του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, η κατάρτιση δημοσιογράφων και στελεχών για τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο και για τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, καθώς και στελεχών όλων των μορφών επικοινωνίας και ενημέρωσης».*

Στόχοι του Τμήματος είναι:

α) η εκπόνηση ερευνητικού έργου στα ειδικά γνωστικά πεδία και συγκεκριμένα στους τομείς της επικοινωνίας, των μέσων και της πολιτιστικής διαχείρισης μέσω της αξιοποίησης διεπιστημονικών και πολυεπιστημονικών προσεγγίσεων, και

β) η παροχή υψηλού επιπέδου ακαδημαϊκής γνώσης και εκπαίδευσης των φοιτητών στα συναφή επιστημονικά πεδία, όπως και η προετοιμασία τους για μια ευδόκιμη επαγγελματική πορεία στο πεδίο της δημοσιογραφίας (τόσο των έντυπων όσο και των ηλεκτρονικών και ψηφιακών μέσων), της εφαρμοσμένης επικοινωνίας (περιλαμβανομένης της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων) και της πολιτιστικής διαχείρισης, μέσω της σύνδεσης της θεωρίας με την πράξη.

Επιδίωξη του Τμήματος είναι οι απόφοιτοί του να διαθέτουν *επικοινωνιακή ικανότητα, ακαδημαϊκή επάρκεια, τεχνολογικές δεξιότητες, πολιτιστική εξοικείωση, φιλοσοφική προπαιδεία, κριτική σκέψη, επαγγελματική υπευθυνότητα, γνώση της αγοράς.*

2. Δομή

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού είναι διαρθρωμένο σε τρεις Τομείς:

α) Τομέας Επικοινωνίας

- β) Τομέας Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας
- γ) Τομέας Πολιτιστικής Διαχείρισης

και τρεις Κατευθύνσεις, που οδηγούν, σε κοινό πτυχίο:

- α) Κατεύθυνση Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης
- β) Κατεύθυνση Μέσων Επικοινωνίας
- γ) Κατεύθυνση Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Οι φοιτητές καλούνται να επιλέξουν μία από τις τρεις κατευθύνσεις με την έναρξη του τρίτου έτους σπουδών.

Κατά το ακαδημαϊκό έτος 2002-2003 εγκαινιάστηκε η λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών με γνωστικό αντικείμενο την Πολιτιστική Διαχείριση.

3. Δραστηριότητες

Οι φοιτητές του Τμήματος δραστηριοποιούνται παραγωγικά στο χώρο της επικοινωνίας, του πολιτισμού, της διαφήμισης, της δημοσιογραφίας και της τέχνης, εκδίδοντας εφημερίδες, περιοδικά, και άλλα πειραματικά έντυπα, ηλεκτρονικά περιοδικά, οργανώνοντας θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις, αγώνες αντιλογίας (debates), συμμετέχοντας σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και ραδιοφωνικά προγράμματα και παράγοντας ταινίες μικρού μήκους.

Από το 2002 το Τμήμα αποτελεί, μαζί με το Τμήμα Επικοινωνίας & Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, το Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και την Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ), ιδρυτικό μέλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας.

Από το 2012, το Τμήμα και το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Πολιτιστική Διαχείριση συμμετέχουν στο European Network of Cultural Administration Training Centers (ENCATC).

Γενικότερα, το Τμήμα οργανώνει επιστημονικά συνέδρια, συμπόσια και ημερίδες, συμμετέχει στην πνευματική ζωή της χώρας και προσκαλεί επιφανείς ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

4. Υποδομή για την Διδασκαλία και την Έρευνα

Για τις διδακτικές και ερευνητικές του ανάγκες το Τμήμα χρησιμοποιεί τους χώρους του Παντείου Πανεπιστημίου, καθώς και συγκεκριμένες υπηρεσίες του. Διαθέτει, όμως, παράλληλα και δικούς του χώρους για την κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών του προγράμματός του. Οι χώροι αυτοί είναι:

- α) **Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών** (στον ημιόροφο του Νέου Κτιρίου) που διαθέτει σύγχρονους υπολογιστές Macintosh OSX, συνδεδεμένους σε τοπικό δίκτυο.
- β) **Ψηφιακό Ραδιοτηλεοπτικό Στούντιο** στην Πλάκα, που αξιοποιείται από τους φοιτητές για την άσκησή τους στην παραγωγή ειδησεογραφικού υλικού για online Μέσα, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση αλλά και ταινιών μικρού μήκους.
- γ) **Το Στούντιο «Λήδρα»**, στην Πλάκα, που φιλοξενεί κυρίως πολιτιστικές δραστηριότητες (θέατρο, κινηματογράφος, εικαστικά, μουσική).

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ



A Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Η Τέχνη του Λόγου, Δ. Δημηρούλης
Εισαγωγή στα Μέσα και την Μαζική Επικοινωνία, Ι. Βώβου
Εισαγωγή στην Κοινωνική Θεωρία και Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 19ος αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στην Ιστορία της Τέχνης, Ε. Φουντουλάκη
Εισαγωγή στη Δημοσιογραφία, Ν. Μπακουνάκης
Εισαγωγή στον Πολιτισμό και τις Πολιτισμικές Σπουδές, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ – Εισαγωγή στην Πληροφορική, υπεύθυνος Δ. Δημηρούλης -
διδάσκων Δ. Ντούνας

B Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Κοινωνιολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Ελληνική και Ευρωπαϊκή Ιστορία: Ο 20ός αιώνας, Χρ. Αυλάμη
Εισαγωγή στη Διεθνή Πολιτική, Χρ. Γιαλλουρίδης
Συναισθηματική Νοημοσύνη, Εξέλιξη και Επικοινωνία, Δ. Ιορδάνογλου
Αρχές Λειτουργίας του Πολιτεύματος, Μ. Κανελλοπούλου - Αθ.
Διαμαντόπουλος
Εισαγωγή στις Σπουδές Οπτικού Πολιτισμού, Ι. Σκαρπέλος
Η/Υ- Εισαγωγή στο Internet και στα Πολυμέσα, υπεύθυνος Δ.
Δημηρούλης - διδάσκων Δ. Ντούνας

Γ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Σύγχρονη Κοινωνία και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Πολιτική Κοινωνιολογία, Μ. Ψύλλα
Αρχές Marketing. Προϊόντα, Υπηρεσίες, Πολιτισμός, Γ.-Μ. Κλήμης
Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία, Ν. Λεάνδρος
Ποσοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Εισαγωγή στη Μουσειολογία, Α. Γκαζή
Εισαγωγή στην Πολιτιστική Διαχείριση, Κ. Δάλλας*
Ιστορία του Κινηματογράφου Ι, Μ. Παραδείση
Αγγλικά των ΜΜΕ και της Επικοινωνίας, Π. Κόκκορη

Δ Εξάμηνο (επιλέγονται 6 μαθήματα)

Δημόσια Επικοινωνία, ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη, Π. Ζέρη
Πολιτιστική Πολιτική, Δ. Βουδούρη*
Φιλοσοφία των Μέσων, Δ. Καββαθάς
Εισαγωγή στη Λογοτεχνία, Δ. Δημηρούλης
Ποιοτικές Μέθοδοι Επικοινωνιακής Έρευνας, Μ. Μιχαηλίδου
Επικοινωνία και Γλώσσα, Μ. Κακαβούλια
Εισαγωγή στη Διαφήμιση και στις Δημόσιες Σχέσεις, Π. Τσακαρέστου
Ιστορία της Τέχνης Ι, Ε. Φουντουλάκη
Αγγλικά του Πολιτισμού, Π. Κόκκορη*
Διεθνείς Σχέσεις, Κράτος και Πολιτισμοί, Χρ. Γιαλλουρίδης
Ιστορία του Κινηματογράφου ΙΙ, Μ. Παραδείση

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ε Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Κείμενα του Πολιτισμού: Γραφή-Ανάγνωση-Βιβλίο, Δ. Δημηρούλης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου I, Μ. Κακαβούλια
Αισθητική των Μέσων I, Δ. Καββαθάς
Ιστορία της Τέχνης II, Ε. Φουντουλάκη
Ιστορία των Πολιτικών Ιδεών, Χρ. Αυλάμη
Πολιτική Οικονομία των Έντυπων και Οπτικοακουστικών Μέσων,
Ν. Λεάνδρος
Μουσική, Μύθοι και Τελετουργίες, Χ. Τσοκανή*
Κανόνες Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, Ι. Κική
Πολιτική Επικοινωνία, Μ. Ψύλλα
Κοινωνικά Ζητήματα και Επιχειρηματική Υπευθυνότητα,
Μπ. Τσακαρέστου
Οργάνωση και Διοίκηση, Δ. Ιορδάνογλου*

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού I, Μ. Ρήγου
Εργαστήριο Πολιτισμού II, Μ. Παραδείση

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας I, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας II, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων I, Μπ. Τσακαρέστου
& Ι. Σκαρπέλος
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων II, Μπ. Τσακαρέστου

ΣΤ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ιστορία του Θεάτρου, Π. Κόκκορη*
Αισθητική των Μέσων II, Δ. Καββαθάς
Στρατηγική Επιχειρήσεων και Οργανισμών, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II, Μ. Κακαβούλια
Ιστορία και Τύπος στην Ελλάδα του 20ου αιώνα, Χρ. Αυλάμη
Ανθρωπολογία των Μέσων, Ι. Βώβου
Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής II, Κ. Δάλλας*
Πολιτική Οικονομία του Διαδικτύου, Ν. Λεάνδρος
Δημόσιες Πολιτικές και Επικοινωνιακή Δράση, Μ. Ψύλλα*
Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (μάθημα του Τμήματος Δημόσιας
Διοίκησης)

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση
Εργαστήριο Πολιτισμού III, Γ.-Μ. Κλήμης
Εργαστήριο Πολιτισμού IV, Χ. Τσοκανή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας III, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας IV, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων III, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Ζ Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Δίκαιο του Πολιτισμού, Δ. Βουδούρη*
Μελέτη και Ερμηνεία Υλικού Πολιτισμού, Α. Γκαζή
Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου III, Μ. Κακαβούλια
Εξωτερική Πολιτική και ΜΜΕ, Χρ. Γιαλλουρίδης
Θεωρία της Κυβερνητικής, Δ. Καββαθάς
Θεωρία των Δικτύων και Μέσα Επικοινωνίας, Π. Ζέρη
Δίκαιο των Μέσων I: Δίκαιο του Τύπου, Ι. Κική
Νέες Καταναλωτικές Τάσεις, Μπ. Τσακαρέστου
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Δ. Ιορδάνογλου*
Εισαγωγή στα Βασικά Συστατικά Στοιχεία της Επιχειρηματικότητας,
Γ.-Μ. Κλήμης
Δραματουργία και Παράσταση, Π. Κόκκορη

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού V, Μπ. Τσακαρέστου & Α. Γκαζή
Εργαστήριο Πολιτισμού VI, Ι. Σκαρπέλος & Μ. Παραδείση

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V, Ν. Λέανδρος & Ι. Σκαρπέλος
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI, Ι. Βώβου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων V, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI, Μπ. Τσακαρέστου
& Α. Γκαζή

Η Εξάμηνο (επιλέγονται 4 μαθήματα και τα εργαστήρια κατεύθυνσης)

Ψηφιακή Κληρονομιά, Κ. Δάλλας*
Εικόνα και Πολιτισμός: Ελληνικός Οπτικός Πολιτισμός
του 20ού αιώνα, Ι. Σκαρπέλος
Θεωρία της Λογοτεχνίας, Δ. Δημηρούλης
Εφαρμοσμένη Επικοινωνιακή Έρευνα, Μ. Μιχαηλίδου
Ανάλυση Μηνύματος, Μ. Ψύλλα*
Δίκαιο των Μέσων II: Δίκαιο της Ραδιοτηλεόρασης, Ι. Κική*
Φιλοσοφία της Μουσικής, Χ. Τσοκανή
Εφαρμογές Σχεδιασμού Επιχειρηματικού Σχεδίου, Γ.-Μ. Κλήμης
Πτυχιακή Εργασία
Πρακτική άσκηση

Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση

Εργαστήριο Πολιτισμού VII, Ε. Φουντουλάκη
Εργαστήριο Πολιτισμού VIII, Α. Γκαζή

Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VII, Ν. Μπακουνάκης
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VIII, Μ. Ρήγου

Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII, Μπ. Τσακαρέστου
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VIII, Δ. Ιορδάνογλου

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

* Δεν θα διδαχθεί κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Ε Εξάμηνο

Κείμενα του Πολιτισμού: Γραφή-Ανάγνωση-Βιβλίο | Δημήτρης Δημηρούλης

Στο μάθημα αυτό εξετάζονται η «γραφή» και η «ανάγνωση» ως δύο κορυφαία φαινόμενα του πολιτισμού αλλά και ως σημαίνουσες συνεκδοχές για μια αναγνωριστική πλοήγηση στον ωκεανό της λογοτεχνικής θεωρίας. Η προσέγγιση είναι, κατά κύριο λόγο, ιστορική αλλά συνδυάζεται συχνά με θεωρητικούς προβληματισμούς που αφορούν στη χρήση των δύο όρων από τη λογοτεχνική κριτική και τη θεωρία της λογοτεχνίας. Η διερεύνηση της ιστορικής γενεαλογίας θα επικεντρωθεί σε κορυφαίες στιγμές της «τεχνολογίας» που διαμόρφωσε τις χρήσεις της γραφής και της ανάγνωσης διαχρονικά. Η διερεύνηση της ρητορικής υπόστασης των όρων, κατά την ανάλυση των έργων τέχνης, θα εστιάσει σε φημισμένες αλληγορίες που καθιστούν τις έννοιες «γραφή» και «ανάγνωση» κρίσιμα εργαλεία του κριτικού και λογοτεχνικού ιδιώματος.

Άλλες σημαντικές πλευρές του γνωστικού αντικειμένου περιλαμβάνουν τα κάτωθι: οι κοινωνίες της προφορικότητας - προφορικός και γραπτός λόγος - τα αλφάβητα - συστήματα γραφής - πάπυρος - περγαμηνή - χαρτί - μελάνι - συγγραφέας και αναγνώστης - το κοινό - παλαιογραφία - τυπογραφία - το μέλλον της γραφής και της ανάγνωσης.

Με κέντρο την ιστορία του βιβλίου εξετάζονται επίσης οι μεγάλες επαναστάσεις των μέσων στην ιστορία του δυτικού πολιτισμού και συγκρίνεται συστηματικά η επί δύο χιλιετίες κυριαρχία του βιβλίου με τη διαφαινόμενη απειλή των νέων μέσων επικοινωνίας. Επίσης εξετάζονται κυρίαρχες μεταφορές για το βιβλίο και τη βιβλιοθήκη στην ιστορία της λογοτεχνίας.

Ορισμένα από τα κύρια θέματα σε αυτή τη διερεύνηση είναι τα κάτωθι: Το Χειρόγραφο - Ο Κώδικας - Το Βιβλίο στην Εποχή της Τυπογραφίας - Το Βιβλίο από τον 15ο αι. έως σήμερα - Βιβλίο και Κινηματογράφος - Βιβλίο και Ηλεκτρονικός Υπολογιστής - Το Ηλεκτρονικό Βιβλίο - Το Μέλλον του Βιβλίου - Καλλιτεχνική Βιβλιοδεσία - Καλλιτεχνική Εικονογράφηση - Βιβλίο και Βιβλιοθήκη - Βιβλιολογικές Σπουδές.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Al. Manguel, Η Ιστορία της Ανάγνωσης, Αθήνα: Λιβάνης, 1997.

R. Thomas, Γραπτός και Προφορικός Λόγος στην Αρχαία Ελλάδα, Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 1997.

D. J. Bolter, Οι Μεταμορφώσεις της Γραφής, Αθήνα: Μεταίχμιο, 2006.

Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου I | Μαρία Κακαβούλια

Το κείμενο στην επικοινωνία .Εισαγωγή στις σύγχρονες μεθόδους ανάλυσης του κειμένου και της επικοινωνίας. Αναπτύσσονται κύρια ζητήματα του πλούτου της επικοινωνίας σε διαφορετικές περιστάσεις, αλλά και οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής γλωσσικής επικοινωνίας. Παρουσιάζονται βασικές έννοιες και μεθοδολογικά εργαλεία που έχουν αναπτυχθεί στον επιστημονικό χώρο της Ανάλυσης Λόγου, όπως π.χ. η θεωρία των γλωσσικών πράξεων (Austin, Searle) ή οι αρχές και τα αξιώματα της επικοινωνίας (Grice). Εξετάζεται η γλώσσα ως πράξη (speech act), η παραγωγή νοήματος πέρα από τη λέξη, τη φράση, την πρόταση. Συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά α) στο πώς η ερμηνεία γλωσσικών δεδομένων εξαρτάται από την κοσμοαντίληψη κάθε ατόμου, β) στον τρόπο που διάφοροι ομιλητές αντιλαμβάνονται, αλλά και χρησιμοποιούν τη γλώσσα (σχέση χρήσης της γλώσσας και κοινωνικο-πολιτισμικού περιεχομένου), και γ) στον τρόπο που η δομή των φράσεων και προτάσεων επηρεάζεται και διαμορφώνεται ανάλογα με την σχέση που έχουν μεταξύ τους ακροατές και ομιλητές. Στις υπό μελέτη θεωρητικές έννοιες συμπεριλαμβάνονται και οι: κείμενο, περιεχόμενο (context), συγκείμενο (cotext), κειμενικά είδη στο λόγο των μέσων, η διάκριση γραπτού, προφορικού και ηλεκτρονικού λόγου. Οι θεωρητικές έννοιες και η ανάλυση υπό το πρίσμα των μεθόδων αυτών εμπλουτίζονται με παραδείγματα από ποικιλία κειμενικών τύπων από το δημοσιογραφικό ή το διαφημιστικό κείμενο, έως την συνομιλία, την αφήγηση ή την ανταλλαγή μηνυμάτων σε κινητό τηλέφωνο (SMS) και την είδηση.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Γούτσος Δ., Γεωργακοπούλου Α., *Κείμενο και Επικοινωνία*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, 1999.

Πολίτης Π., *Ο λόγος της μαζικής επικοινωνίας: το ελληνικό παράδειγμα*, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, Ίδρυμα Μαν. Τριανταφυλλίδη, Θεσσαλονίκη, 2008.

Bell Allan, *The Language of News Media*, Blackwell, Oxford, 1990.

Αισθητική των Μέσων I | Διονύσης Καββαθάς

Η αισθητική των μέσων απεργάζεται μια θεωρία της ανέκαθεν διαμεσολαβημένης αντίληψης και γνώσης του κόσμου και του εαυτού. Στο τρέχον εξάμηνο θα μελετήσουμε κατ' αρχάς τη διαφορά μεταξύ των παραδοσιακών τεχνών που εργάζονται αποκλειστικά με το πλέγμα του συμβολικού (γλώσσα) και των τεχνικών μέσων που λειτουργούν στη βάση των

νεότερων μαθηματικών (άλγεβρα του Boole) και άρα στο πεδίο του πραγματικού. Μελετώντας την ιστορική μετάβαση από την απλώς μυθοπλαστική λογοτεχνία στα τεχνικά μέσα, θα αναδείξουμε τη θεμελιώδη συμβολή μερικών θετικών επιστημών και οπτικο-ακουστικών τεχνολογιών στη δημιουργία μιας νέας αισθητικής της προσομοίωσης.

Στη συνέχεια, σε ένα δεύτερο μέρος του μαθήματος, το οποίο θα μπορούσε να ονομασθεί «πολιτισμικές πολιτικές», θα μελετήσουμε καλλιτεχνικές τακτικές διαμόρφωσης του χώρου και του χρόνου στη νεότερη τέχνη. Στόχος αυτής της ενασχόλησης μας είναι να αναδειχθεί η ασυμμετρία μεταξύ κυριαρχικών, ήτοι σφαιρικών και συγκεντρωτικών πολιτισμικών στρατηγικών από τη μία, και από την άλλη, νομαδικών, απεδαφικοποιημένων και εν γένει διεσπαρμένων τακτικών.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Vilem Flusser, *Προς το σύμπαν των τεχνικών εικόνων*, Σμίλη, 2008.

Walter Benjamin, *Δοκίμια για τη τέχνη*, Κάλβος, χχ.

Martin Heidegger, *Η προέλευση του έργου τέχνης*, Δωδώνη, 1986

Ιστορία της Τέχνης II | Έφη Φουντουλάκη

Θεματική συνέχεια του μαθήματος Ιστορία της Τέχνης I του Δ' εξαμήνου. Ο αιώνας των Φώτων, η Γαλλική Επανάσταση και ο 19ος αιώνας είναι οι περίοδοι κατά τις οποίες μπορεί να ανιχνευτεί η γέννηση της λεγομένης μοντέρνας τέχνης.

Η μοντέρνα τέχνη εξετάζεται ως συνέχιση και ανανέωση της παράδοσης. Κάτω από αυτό το πρίσμα, ο διάλογος με την τέχνη του παρελθόντος αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς νέα καλλιτεχνική δημιουργία και νέο βλέμμα προς το παρελθόν είναι διαδικασίες ταυτόχρονες, συμπληρωματικές και αδιαχώριστες.

Κατά τις προσεγγίσεις της μοντέρνας τέχνης τίθενται ορισμένα ερωτήματα τα οποία είναι σήμερα όσο ποτέ επίκαιρα. Η αρχή του 21ου αιώνα υπαγορεύει μια ερμηνευτική και κατά συνέπεια μορφολογική επανεξέταση της γέννησης και της πορείας της μοντέρνας τέχνης.

Βασικό ερώτημα γύρω από το οποίο θα στραφεί η ανάλυση είναι το εάν και κατά πόσον η μοντέρνα τέχνη ανέτρεψε τους παραδοσιακούς εικαστικούς κώδικες, ή εάν η θέση αυτή στηρίζεται σε έναν από τους μύθους της ιδεολογίας του μοντερνισμού.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Art in Theory 1815-1900, Blackwell Publishers Ltd., 1998.

Julio Carlo Argan, *Ιστορία της Μοντέρνας Τέχνης*, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 1998.

Hugh Honour, *Neo-classicism*. London: Penguin Books, 1991.

Ιστορία των Πολιτικών Ιδεών | Χρυσάνθη Αυλάμη

Το μάθημα χωρίζεται σε δύο θεματικές ενότητες : α/ ανάλυση των βασικών ερωτημάτων που θέτει η νεωτερική πολιτική φιλοσοφία γύρω από την έννοια του κράτους όπως τα συναντάμε στα έργα σημαντικών εκπροσώπων της, όπως οι Μακιαβέλι, Χομπς, Λοκ, Μοντεσκιέ, Ρουσσώ β/ παρουσίαση των ιδεολογικών ρευμάτων του 19ου αιώνα (συντηρητισμός, φιλελευθερισμός, σοσιαλισμός). Ένα σώμα φωτοτυπιών με ενδεικτικά αποσπάσματα διανέμεται σε κάθε μάθημα μαζί με το προτεινόμενο εγχειρίδιο Η αξιολόγηση και βαθμολόγηση στο τέλος του εξαμήνου βασίζεται στα ακόλουθα κριτήρια : - προαιρετική εργασία (30%) - γραπτό εξετάσεων: 70% ή 100%

Πολιτική Οικονομία των Έντυπων και Οπτικοακουστικών Μέσων | Νίκος Λεάνδρος

Στόχος του μαθήματος είναι η ανάλυση των σύγχρονων εξελίξεων που διαμορφώνουν τα νέα δεδομένα στη βιομηχανία των έντυπων και οπτικοακουστικών μέσων τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς. Αρχικά θα συγκεντρώσουμε την προσοχή μας σε μια σειρά από συνδεδεμένα μεταξύ τους φαινόμενα που οδήγησαν στη διαμόρφωση μιας παγκόσμιας αγοράς στο χώρο των Μέσων και στην ανάδειξη μιας μικρής ομάδας γιγαντιαίων πολυεθνικών ομίλων που επεκτείνουν τη δράση τους σ' ολόκληρο το φάσμα της επικοινωνίας και του πολιτισμού συγκεντρώνοντας τεράστια οικονομική και πολιτική δύναμη. Με τη χρήση στοιχείων που περιέχονται στους ισολογισμούς των επιχειρήσεων και χρηματοοικονομικούς δείκτες θα εξετάσουμε τα οικονομικά αποτελέσματα επιχειρήσεων Μέσων. Τα βασικά χαρακτηριστικά των δύο αγορών στις οποίες απευθύνονται τα ΜΜΕ, δηλαδή αυτής του περιεχομένου και της διαφημιστικής αγοράς, θα μας απασχολήσουν τόσο από την πλευρά της ζήτησης όσο και από την πλευρά της προσφοράς. Στα πλαίσια αυτά αναλύονται οι προτιμήσεις του Ελληνικού αναγνωστικού και τηλεοπτικού κοινού ανάλογα με δημογραφικά και άλλα χαρακτηριστικά, διαχρονικά αλλά και σε σύγκριση με τις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η τελική βαθμολογία εξαρτάται από την παρουσία, συμμετοχή στο μάθημα και τις εργασίες κατά 40% και από τις εξετάσεις

κατά 60%.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Ν. Λεάνδρος, *Πολιτική Οικονομία των ΜΜΕ. Η Αναδιάρθρωση της Βιομηχανίας των Μέσων στην Εποχή της Πληροφοριακής Επανάστασης*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2004.

Ν. Λεάνδρος, *Επιχειρηματικές Στρατηγικές στη Βιομηχανία των Μέσων*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2008.

Θ. Σκούρας, *Η Οικονομική Διάσταση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης*, Παπαζήσης, Αθήνα, 2004

Κανόνες Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας | Ιωάννα Κική

Το μάθημα αυτό αναλύει τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας που ισχύουν στο δικαίό μας, και τους αντιμετωπίζει σε συγκριτική διάσταση, υπό την οπτική των σχετικών ρυθμίσεων και ξένων έννομων τάξεων. Οι ανωτέρω κανόνες, ως κανόνες καταναγκαστικοί, εδράζονται κατ' αρχήν στο Σύνταγμα και στο νόμο και, ως κανόνες αυτορύθμισης, εδράζονται σε κώδικες συμπεριφοράς και ηθικής, τους οποίους υιοθετούν είτε οι ενώσεις ιδιοκτητών των μέσων ενημέρωσης είτε οι επαγγελματικές ενώσεις των δημοσιογράφων. Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου θα παρουσιασθούν πρακτικά παραδείγματα και ασκήσεις από την επικαιρότητα, προκειμένου να εμπεδωθεί ο τρόπος εφαρμογής των κανόνων δεοντολογίας στη δημοσιογραφική καθημερινότητα.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Γ. Κική, *Δίκαιο της πληροφόρησης*, Προσκήνιο, 1998.

Μ. Παπάζογλου, *Κανόνες Δεοντολογίας στον Τύπο - Ραδιόφωνο - Τηλεόραση Πειθαρχικό Δίκαιο*, Έλλην, 1995.

Πολιτική Επικοινωνία | Μαριάννα Ψύλλα

Το μάθημα αυτό έχει ως βασικό στόχο να εισάγει τους φοιτητές στη γνώση των βασικών μηχανισμών της επικοινωνιακής δράσης στη σφαίρα του πολιτικού. Εξετάζονται έτσι οι σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στους κατόχους της εξουσίας και τους πολίτες, στα πλαίσια λειτουργίας του πολιτικού συστήματος. Βασικές έννοιες-κλειδιά του "πολιτικού", όπως η εξουσία, η νομιμοποίηση, η πολιτική απόφαση διερευνώνται κάτω από το

πρίσμα της επικοινωνιακής δράσης στα πλαίσια του "δημόσιου χώρου". Το μάθημα επιχειρεί σ' ένα πρώτο στάδιο να αναλύσει τις διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις της πολιτικής επικοινωνίας. Στη συνέχεια αναλύονται οι τεχνικές της πολιτικής επικοινωνίας δηλαδή τα μέσα που έχει στη διάθεσή της σήμερα η πολιτική επικοινωνία όπως είναι τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, το πολιτικό μάρκετινγκ και οι σφυγμομετρήσεις της κοινής γνώμης, καθώς και η πολιτική διαφήμιση. Διερευνώνται επίσης οι πρακτικές της πολιτικής επικοινωνίας σε σχέση με τις δομές εξουσίας (προεκλογική πολιτική επικοινωνία, επικοινωνία στη διάρκεια άσκησης της εξουσίας όπως κυβερνητική, κομματική, δημόσια, τοπική καθώς και συμμετοχική πολιτική επικοινωνία δηλαδή συμμετοχή των πολιτών στην πολιτική δράση και στην πολιτική απόφαση.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Μ. Ψύλλα, *Η πολιτική ως δράση και λόγος*, Τυπωθήτω-Γ.Δαρδανός, Αθήνα, 2003.
- Κουντούρη Φανή, *Πολιτική Δημοσιότητα και Εξουσία*, Τυπωθήτω-Γ.Δαρδανός, Αθήνα. 2011.
- Ν. Δεμερτζής, *Πολιτική Επικοινωνία (Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο)*, Παπαζήσης, Αθήνα, 2002.

Κοινωνικά Ζητήματα και Επιχειρηματική Υπευθυνότητα | Μπέττυ Τσακαρέστου

Το μάθημα έχει σεμιναρικό χαρακτήρα. Παρουσιάζουμε και συζητούμε τους νέους δρόμους της κοινωνικής και επιχειρηματικής σκέψης και δράσης. Αναζητούμε τα πεδία σύγκλισης, αλληλεπίδρασης αλλά και αντιπαράθεσης καθώς σήμερα καλούμαστε να συνεργαστούμε στην επίλυση με δημιουργικό και καινοτομικό τρόπο σύνθετα προβλήματα στην οικονομία, στην κοινωνία, το περιβάλλον, στις πόλεις και στην ζωή των πολιτών. Παρακολουθούμε την εξέλιξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της υπεύθυνης και κοινωνικής επιχειρηματικότητας τόσο ως πολιτικό και επιχειρηματικό σχέδιο της ΕΕ όσο και ως "κίνημα" πίεσης πολιτών, περιβαλλοντικού και κοινωνικού ακτιβισμού. Η κρίση και η ύφεση δίνουν μια νέα ώθηση στην έννοια της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και της ατομικής ευθύνης. Μέσα από ομαδικές συζητήσεις και παρουσιάσεις, μελέτες περιπτώσεων, παιχνίδια ρόλων βάσει σεναρίων για την επίλυση διλημάτων, αναλύσεις ταινιών και οργάνωση δράσεων/παρεμβάσεων θα επιχειρήσουμε τρόπους

σκέψης και θετικής επί-δράσης απέναντι στις προκλήσεις της εποχής μας. **Αξιολόγηση:** Κάθε εβδομάδα οι φοιτητές/ φοιτήτριες οργανωμένοι σε ομάδες εργασίες παρουσιάζουν και δέχονται σχόλια για εργασίες που ανατίθενται σε κάθε μάθημα. Η αξιολόγηση είναι συνεχής και μέρος της διαδικασίας μάθησης και ανάπτυξης και η οποία ολοκληρώνεται με το τέλος του εξαμήνου με το τελικό ομαδικό πρότζεκτ.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Ζιλ Λιποβετσκι, *Το Λυκόφως του Καθήκοντος*, Καστανιώτη, 1999.
- Ρόμπερτ Τζακάλ, *Ηθικοί Λαβύρινθοι social media*, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2005.
- Λήδα Τσενέ, *Από την κρίση των ΜΜΕ στα*. Εκδόσεις Αιώρα, 2012.

Εργαστήριο Πολιτισμού I | Μαρίνα Ρήγου

Το Εργαστήριο Ραδιοφωνικής Παραγωγής, το οποίο διεξάγεται στο πλαίσιο του Εργαστηρίου Πολιτισμού, στόχο έχει την εξοικείωση των φοιτητών του Κύκλου Πολιτιστικής Διαχείρισης με το ραδιόφωνο ως μέσου επικοινωνίας και πολιτισμού, την εκμάθηση των τεχνικών παραγωγής εκπομπών και την ανάλυση του πολιτιστικού ρεπορτάζ. Οι φοιτητές διδάσκονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ραδιοφώνου, τη ραδιοφωνική σημειολογία και γλώσσα, την τυπολογία των ακροατηρίων και τη δυναμική σχέση ραδιοφωνικού παραγωγού-ακροατή. Αναλύονται οι διαφορετικοί τύποι εκπομπών και δίνεται έμφαση στα θέματα πολιτιστικού περιεχομένου και στις μουσικές παραγωγές. Οι φοιτητές ασκούνται στη ραδιοφωνική παρουσίαση ελεύθερων πολιτιστικών θεμάτων και τις τεχνικές της συνέντευξης στο ραδιόφωνο. Διδάσκονται τις τεχνικές της ηχογράφησης, του γκάλοπ, του μοντάζ και της ηλεκτρονικής επεξεργασίας ήχου στο σύνολό της. Στο πλαίσιο του μαθήματος οι φοιτητές δημιουργούν και ηχογραφούν 10λεπτες ή ημίωρες εκπομπές ελεύθερου πολιτιστικού περιεχομένου.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Clayman S. and Heritage John, *Η ειδησεογραφική συνέντευξη*, Πατάκης, Αθήνα 2005.
- Κλειαμάκη Όλγα (επιμ.), *Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα*, Τετράδια Επικοινωνίας, ΙΟΜ, Αθήνα 2006.
- Κρισέλ Άντριου, *Η γλώσσα του ραδιοφώνου, Επικοινωνία και Κουλτούρα*, Αθήνα 1991.

Εργαστήριο Πολιτισμού II | Μαρία Παραδείση

Ο κινηματογράφος ως αντικείμενο επιστημονικής προσέγγισης και ως πολιτιστικό γεγονός.

Ο σκοπός του Π.Ε II είναι διττός: να εξοικειώσει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές με την επιστημονική προσέγγιση του κινηματογράφου (με την παρουσίαση της μεθοδολογίας έρευνας, σύνθεσης και συγγραφής επιστημονικών εργασιών) και να τους εισάγει στον κόσμο της πολιτιστικής διαχείρισης των κινηματογραφικών προϊόντων (με τη δημιουργία ασκήσεων προσομοίωσης όπως δημιουργία μικρών κινηματογραφικών φεστιβάλ). Για την καλύτερη επίτευξη του πρώτου στόχου θα γίνει σεμινάριο χρήσης της βιβλιοθήκης ενώ προς την κατεύθυνση του δεύτερου στόχου θα υπάρξει διάλεξη βασικού παράγοντα της κινηματογραφικής διανομής.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

David Bordwell, Kristin Thompson, *Εισαγωγή στην τέχνη του κινηματογράφου*, MIET.
James Monaco, *How to read a film*, Oxford University Press.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας I | Νίκος Μπακουνάκης

Στο εργαστήριο αυτό οι φοιτητές εξοικειώνονται με τις τεχνικές της δημοσιογραφικής αφήγησης και ασκούνται σ'αυτές. Το ρεπορτάζ. Πώς βρίσκουμε τις ειδήσεις. Πώς τις αξιολογούμε. Πώς τις ιεραρχούμε. Μοντέλα γραφής. Το εργαστήριο 2013-2014 θα επικεντρωθεί στο θέμα "Κρυμμένη Πόλη". Ρεπορτάζ και ιστορίες για τις αθέατες όψεις της Αθήνας. Το εργαστήριο συμπληρώνεται με υποχρεωτικά σεμινάρια από επαγγελματίες των Μέσων και της Επικοινωνίας σε θέματα δημοσιογραφικής πρακτικής και ειδικών περιεχομένων.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

John Carey, *Τα μεγάλα ρεπορτάζ*, Νάρκισσος, Αθήνα, 2001.
Mark Kramer, Wendy Call (ed.) (2007), *Telling True Stories, A Nonfiction Writers' Guide From the Nieman Foundation at Harvard University*.
Νόρμαν Μείλερ, *Η μάγισσα τέχνη*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2003.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας II | Μαρίνα Ρήγου

Ραδιοφωνικό Εργαστήριο

Συνεργάτης: Αντώνης Χατζής, δημοσιογράφος

Στόχος του ραδιοφωνικού εργαστηρίου είναι η εξοικείωση των φοιτητών της κατεύθυνσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης με το ραδιόφωνο και η εκμάθηση των τεχνικών παραγωγής εκπομπών και ειδήσεων. Στο πλαίσιο αυτό, αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ραδιοφώνου ως μέσου επικοινωνίας, η ραδιοφωνική σημειολογία και γλώσσα, η ροή και το περιεχόμενο του ραδιοφωνικού προγράμματος, η τυπολογία των ακροατηρίων και η δυναμική σχέση ραδιοφωνικού παραγωγού-ακροατή. Παρουσιάζονται τα διάφορα είδη δελτίων ειδήσεων και οι φοιτητές ασκούνται στην αξιολόγηση και ιεράρχηση των ειδήσεων, στη σύνταξη μικρών και μεγάλων δελτίων, στη σύνταξη τίτλων ειδήσεων καθώς και στο ρεπορτάζ. Αναλύονται οι τρόποι συλλογής ειδήσεων από ένα ευρύ φάσμα πηγών που εκτείνεται από τις παραδοσιακές διαδικτυακές πηγές ενημέρωσης έως τους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης. Τα δελτία, οι τίτλοι ειδήσεων και τα ρεπορτάζ ηχογραφούνται ώστε οι φοιτητές να ασκούνται στην τεχνική της εκφώνησης. Το μάθημα περιλαμβάνει και την εκμάθηση των τεχνικών της συνέντευξης στο ραδιόφωνο, της ηχογράφησης, του γκάλοπ και της ηλεκτρονικής επεξεργασίας ήχου. Επίσης στο πλαίσιο του μαθήματος αναλύονται οι διαφορετικοί τύποι εκπομπών και οι φοιτητές δημιουργούν και ηχογραφούν 10λεπτες ή ημίωρες εκπομπές ποικίλου περιεχομένου.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Clayman S. and Heritage John, *Η ειδησεογραφική συνέντευξη*, Πατάκης, Αθήνα 2005.
Κλειαμάκη Όλγα (επιμ.), *Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα*, Τετράδια Επικοινωνίας, ΙΟΜ, Αθήνα 2006.
Κρισέλ Άντριου, *Η γλώσσα του ραδιοφώνου*, *Επικοινωνία και Κουλτούρα*, Αθήνα 1991.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων I | Μπέττυ Τσακαρέστου & Γιάννης Σκαρπέλος

Συνεργάτες: Χριστίνα Μπονάρου, Δρ. Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού
Γιώργος Βαρδαξόγλου, Δρ. University of Leeds, συνεργάτης Παντείου Πανεπιστημίου

Το κοινό εργαστήριο Πολιτισμού, Δημοσιογραφίας, Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων, και Νέων Τεχνολογιών, αποσκοπεί στο συνδυασμό των θεωρητικών γνώσεων και των δεξιοτήτων που έχουν αποκτήσει οι φοιτητές και των τριών κατευθύνσεων και την ανάπτυξη της δημιουργικότητάς τους. Τα παραπάνω επιτυγχάνονται με την ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές και την ανάπτυξη περιεχομένου για τις εφαρμογές αυτές. Στη διάρκεια του εξαμήνου, οι φοιτητές συγκροτούν ομάδες και αναλαμβάνουν ρόλους (developers, αρχισυντάκτες, κειμενογράφοι, ρεπόρτερς - δημιουργοί περιεχομένου) που εργάζονται με την καθοδήγηση των διδασκόντων και υποψηφίων διδασκόντων του Τμήματος.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων II | Μπέττυ Τσακαρέστου

Εφαρμοσμένο Μάρκετινγκ: Internet & Mobile

Συνεργάτης: Ντιάννα Μπίρμπα, Marketing Manager G&C, Greece & Italy at Mondelez International

Σκοπός του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές μια ολόπλευρη εισαγωγή στην επιστήμη του Marketing, να τους εισάγει στη γνώση των κύριων παραγόντων που επηρεάζουν την ανάπτυξη μιας στρατηγικής Marketing και να τους παρέχει μια αναλυτική θεώρηση των εργαλείων και μεθόδων που είναι απαραίτητα για τον σχεδιασμό Marketing.

Θεματικές:

- Δημιουργία αξίας από το μάρκετινγκ για την επιχείρηση, της αγοράς, την κοινότητα
- Λήψη αποφάσεων: επιχείρηση, αγορά, επενδύσεις
- Ο ρόλος του μάρκετινγκ στη δημιουργία και ενδυνάμωση μαρκών (brands), στη διαχείριση των σχέσεων της επιχείρησης, στην ανεύρεση νέων ευκαιριών και στην επικοινωνία και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών.
- Ανάλυση αγοράς και ευκαιριών, ανάπτυξη στρατηγικών, σχεδιασμός,

υλοποίηση, αξιολόγηση προγραμμάτων

- Κύκλος ζωής των προϊόντων και διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων
- Τμηματοποίηση αγοράς και αρχές σχεδιασμού μάρκετινγκ
- Brands και “brand building”
- Διαχείριση εταιρικής φήμης
- Στρατηγική επικοινωνίας media/ web/ social media/ mobile
- Δημιουργικότητα, συνδημιουργία, καινοτομία
- Κύκλοι πωλήσεων και κερδοφορίας
- Το νέο πεδίο της κατανάλωσης - Μάρκετινγκ εμπειριών
- Αξιολόγηση, μετρήσεις, τύποι έρευνας

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Kotler, P. (2006), *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Kotler, P. (2010), *Μάρκετινγκ 3.0*, Εκδόσεις Κέρκυρα

Ambler, T. (2004), *Αποδοτικά Σχέδια Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Γκιούρδα

ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - ΣΤ Εξάμηνο

Αισθητική των Μέσων II | Διονύσης Καββαθάς

Γενικός στόχος αυτού του μαθήματος είναι η μετατόπιση της έννοιας της Αισθητικής από μια παραδοσιακή θεωρία των (καλών) τεχνών σε καθοδηγητική επιστήμη μιας πλέον μεντιοτεχνολογικής αντίληψης. Ήδη από τα τέλη του 19ου αιώνα η Αισθητική δεν είναι παρά εφαρμοσμένη φυσιολογία (Nietzsche), το δε υποκείμενό της ένας τεχνολογικά υποστηριγμένος θεός (Freud).

Η αισθητική των μέσων εργάζεται στη βάση των νέων τεχνολογικών δυνατοτήτων για τη δημιουργία μορφών αισθητικής εμπειρίας, οι οποίες υπερβαίνουν τις παραδοσιακές έννοιες του «υποκειμένου-δημιουργού» με προκαθορισμένη ταυτότητα και του «έργου» ως ενός σταθερού αντικειμένου. Η λογική έννοια των «δυνατών κόσμων» που συνέλαβε ο Leibniz κατά τον 17ο αιώνα γίνεται σήμερα πραγματικότητα.

Στόχος της εν λόγω αισθητικής δεν είναι η παραγωγή ή η φιλοσοφική κριτική έργων τέχνης, ούτε η μορφοποίηση ενός δεδομένου υλικού, αλλά η εκ νέου θεματοποίηση της καντιανής έννοιας του χώρου και του χρόνου κάτω από ψηφιακές συνθήκες.

Στο τρέχον εξάμηνο θα εστιάσουμε σε θεωρίες της συνθετικής ή ψηφιακής εικόνας και θα προσπαθήσουμε να διατυπώσουμε κριτήρια διάκρισής της από τις παραδοσιακές εικόνες, ο κώδικας των οποίων δεν είναι ψηφιακός.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Friedrich Kittler, *Γραμμόφωνο, κινηματογράφος, γραφομηχανή*, Νήσος, 2005.

Michel de Certeau, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική-Η πολύτροπος τέχνη του πράττειν*, Σμίλη, 2010.

Deleuze/Guattari, *Καπιταλισμός και σχιζοφρένεια- Ο Αντι-Οιδίπους*, Ράππα, 1977.

Στρατηγική Επιχειρήσεων και Οργανισμών | Γεώργιος-Μιχαήλ Κλήμης

Η Στρατηγική Διοίκηση δίνει την ευκαιρία στον φοιτητή να 'δει' έναν οργανισμό/ επιχείρηση ολιστικά, με απώτερο σκοπό να αναγνωρίσει, να δημιουργήσει και να διατηρήσει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα. Στην εποχή μας, που ακόμη και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί ανταγωνίζονται

για χρηματοδότηση, η έννοια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος καθίσταται πλέον σημαντική. Το πρώτο αυτό μέρος επικεντρώνεται στην κατανόηση των βασικών θεμάτων που αναπτύσσονται από την κλασική προσέγγιση της στρατηγικής και βασίζεται κυρίως στην σχολή του Σχεδιασμού (Design School).

Το Τρίπτυχο που ακολουθείται είναι: Ανάλυση – Επιλογή – Εφαρμογή της στρατηγικής. Ο φοιτητής διδάσκεται τα βασικά εργαλεία σε κάθε ένα από αυτά τα στάδια με απώτερο στόχο την διευκόλυνση στη λήψη αποφάσεων. Αναλυτικότερα σε κάθε στάδιο διδάσκονται:

ΑΝΑΛΥΣΗ: Εργαλεία ανάλυσης μάκρο- και μικρο-περιβάλλοντος της επιχείρησης. Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, πόροι, δεξιότητες, ικανότητες και κουλτούρα. Σύνθεση των παραπάνω σε ανάλυση ΑΔΕΑ (SWOT) για την επισήμανση των στρατηγικών θεμάτων της επιχείρησης.

ΕΠΙΛΟΓΗ: Στρατηγικές ανάπτυξης, διάσωσης, αναστροφής κ.ά. Ανάπτυξη και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στρατηγική προϊόντων υπηρεσιών σε αγορές. Τρόποι επιλογής στρατηγικής.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Δομές επιχείρησης, αξιολόγηση και παρακολούθηση στρατηγικής εφαρμογής.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Παπαδάκης Β., *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*, Τόμος Α-Β, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα, 2002.

Grant, R., *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell Science, UK, 2004.

Gibson R. (ed.), *Η επιχείρηση του μέλλοντος*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2001.

Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II | Μαρία Κακαβούλια

Η γοητευτική πειθώ: τέχνη και τεχνικές Το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II, εαρινό εξάμηνο, με θεματικό πεδίο "Η γοητευτική πειθώ: τέχνη και τεχνικές" είναι αφιερωμένο σε όψεις της πειθούς, αλλά και ειδικά στην προφορικότητα και στον προφορικό λόγο. Βασικός στόχος του εργαστηριακού αυτού μαθήματος είναι η εξοικείωση των φοιτητών σε θεωρητικό και εφαρμοσμένο επίπεδο με την πειθώ, με ζητήματα ρητορικής και διαπραγματευτικής ικανότητας. Παρουσιάζονται ο ορισμός και τα είδη της πειθούς από την Αριστοτελική πειθώ έως τις σύγχρονες 'βιομηχανίες πειθούς', τα είδη και οι διαστάσεις της πειθούς -κλασική, συμβολική, θεσμική πειθώ- (Enos 1996), η σχέση της πειθούς με το επιχείρημα, τα γλωσσικά χαρακτηριστικά της γοητευτικής πειθούς (Sornig 1989), και ο ρόλος της στην αποτελεσματική διαπραγμάτευση (λεκτική διαμάχη).

Μελετώνται παραδείγματα από την "Ελένη" του Γοργία έως τις πολιτικές ή διαφημιστικές καμπάνιες. Επειδή το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου II επικεντρώνεται στην άσκηση του προφορικού λόγου και της ρητορικής ικανότητας (επιχειρηματολογία, διαπραγμάτευση) των φοιτητών, το περιεχόμενο περιλαμβάνει εκτενή παρουσίαση της θεωρίας και της πρακτικής της λεκτικής διαμάχης (ντιμπέιτ). Μελετώνται το ιστορικό, τα είδη, η ρητορική δομή και η διάρθρωση της λεκτικής διαμάχης με πολλά παραδείγματα, συζήτηση και παρουσίαση θεμάτων διαμάχης. · Επιμέρους στόχος του Εργαστηρίου είναι η άσκηση των φοιτητών στην εύρεση και έκθεση ικανής και πειστικής επιχειρηματολογίας, ανάλογα με την επικοινωνιακή περίσταση. Στο τέλος του εξαμήνου στόχος είναι οι φοιτητές να έχουν αποκτήσει θεωρητικές γνώσεις σχετικά με την πειθώ και το επιχείρημα, αλλά και να είναι σε θέση να διοργανώσουν μια λεκτική διαμάχη, να φέρουν εις πέρας μια αποτελεσματική διαπραγμάτευση. Οι στόχοι αυτοί υπηρετούνται από τις επιμέρους ομαδικές εργασίες κατά τη διάρκεια του εξαμήνου.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Δήμος Γ. Σπαθάρας, Λένια Τζαλλήλα (επιμ.), *Πειθώ : Δεκατρία μελετήματα για την αρχ ρητορική*, Σμίλη, Αθήνα, 2003.

Λογγίνου Διονυσίου, *Περί Ύψους*, Βικελαία Δημοτική Βιβλιοθήκη, Ηράκλειο, 1990.

Toulmin S., *The Uses of Argument*, Cambridge UP, Cambridge, 1958.

Ιστορία και Τύπος στην Ελλάδα του 20ου αιώνα | Χρυσάνθη Αυλάμη

Η σχέση ιστορίας και τύπου απασχολεί (αναπόφευκτα) τους μελετητές της νεότερης και της σύγχρονης εποχής. Ο τύπος ως μέσο που αφηγείται την ιστορία με τη μορφή της καθημερινότητας συνιστά για τον ιστορικό μια πηγή πλούσια και ποικιλόμορφη. Ταυτόχρονα όμως τον καλεί σε διαρκή επαγρύπνιση : οι ιδεολογικο-πολιτικές χρήσεις των γεγονότων αλλά και οι κάθε είδους ενορχηστρώσεις με αντικείμενο τον τύπο, απαιτούν από τον ιστορικό προσεκτική αξιολόγηση, επιλογή και σύγκριση των μαρτυριών. Θεματική ενότητα: Λογοκρισία, προπαγάνδα και ΜΜΕ στα καθεστώτα της 4ης Αυγούστου και της 21ης Απριλίου Το μάθημα έχει θεωρητικό και πρακτικό προσανατολισμό: α. θεωρητικός προσανατολισμός : ανάλυση της σχέσης ιστορίας και τύπου: ο τύπος ως πηγή για την ιστορία /ο τύπος ως παράγοντας της ιστορικής εξέλιξης εξοικείωση με πτυχές της ιστορίας του ελληνικού τύπου του 20ου αιώνα. β. Πρακτικός προσανατολισμός: επίσκεψη

και εκπόνηση εργασιών στα αρχεία του τύπου (Παλιό καπνεργοστάσιο της οδού Λένορμαν, ΕΛΙΑ, ΑΣΚΙ, αρχεία της ΕΡΤ κ.α.) - Διανέμεται βιβλίο και φάκελος σημειώσεων και φωτοτυπιών επιλεγμένων άρθρων - Η βιβλιογραφία αναρτάται στο ηλεκτρονικό αμφιθέατρο

Ανθρωπολογία των Μέσων | Ιωάννα Βώβου

Το μάθημα αυτό προτείνει τη συζήτηση της ανθρωπολογικής προσέγγισης στις κοινωνικές έρευνες για τη μαζική επικοινωνία, τα μέσα και τη δράση τους, η οποία είναι απαραίτητη για την κατανόηση των κοινωνικών συμπεριφορών που διαμορφώνονται από τα μηνύματα των μέσων και που εκδηλώνονται στο κοινωνικό περιβάλλον. Η εξέλιξη των κοινωνιολογικών ερευνών και των πολιτισμικών σπουδών στο πεδίο της επικοινωνίας και της μαζικής κουλτούρας, οδηγούν το κέντρο του ενδιαφέροντος στη διαδραστική διαδικασία που επιτελείται μεταξύ μέσου, μηνύματος και πρόσληψης. Τα μέσα επικοινωνίας συμβάλλουν στη διαδικασία κατασκευής πολλαπλών κοινωνικών ταυτοτήτων και συμβολικών τόπων, χρησιμοποιώντας, προσαρμόζοντας και δημιουργώντας κώδικες, σύμβολα και τελετουργίες επικοινωνίας. Η βασική υπόθεση του μαθήματος είναι ότι η κοινωνιολογία των συμβόλων βρίσκεται στην καρδιά της κοινωνιολογίας των μέσων. Σε αυτό το πλαίσιο, η έννοια της δια-δράσης, όπως και αυτές της 'τελετουργικής' διαμόρφωσης, της 'δραματοουργίας' και της σκηνοθεσίας της καθημερινής δραστηριότητας ενεργοποιούνται στη σύγχρονη διαμεσολαβημένη κοινωνία με συγκεκριμένους τρόπους που καλούμαστε να αναλύσουμε. Η σκηνοθεσία των γεγονότων από τα μέσα, η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας και οι τρόποι σύστασης και δόμησης της εμπειρίας μέσα από πρότυπα, σύμβολα, μύθους και ρόλους αποτελούν μηχανισμούς για να επιτευχθεί το πέρασμα από το πραγματικό στο συμβολικό επίπεδο.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Coman Mihai, Eric W. Rothenbuhler, *Media Anthropology*, Sage, 2005.
Couldry Nick, *Media Rituals: a critical approach*, Routledge, London, 2003.
Βώβου Ιωάννα, *Οι διάτρητοι καθρέφτες της τηλεόρασης*, Ηρόδοτος, 2010.

Πολιτική Οικονομία του Διαδικτύου | Νίκος Λέανδρος

Η ραγδαία διάδοση του διαδικτύου και η μετάβαση ενός αυξανόμενου όγκου της οικονομικής δραστηριότητας στον κυβερνοχώρο μεταβάλλουν με

ραγδαίους ρυθμούς την καθημερινότητά μας, τον τρόπο με τον οποίο εργαζόμαστε, επικοινωνούμε και ψυχαγωγούμαστε. Όσον αφορά τα βασικά τεχνικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου μπορούμε να διακρίνουμε μια διαχρονική συνέχεια που προσδιορίζεται από τα πρωτόκολλα επικοινωνίας και την ανοικτή αρχιτεκτονική του συστήματος. Όμως, όσον αφορά τις κοινωνικές επιδράσεις, υπάρχει μια σαφέστατη διάκριση ανάμεσα σε μια πρώτη περίοδο κατά την οποία το διαδίκτυο είναι υπόθεση μιας επιστημονικής ελίτ και σε μια δεύτερη περίοδο κατά την οποία το διαδίκτυο διαδίδεται με πρωτοφανείς ρυθμούς επηρεάζοντας ουσιαστικά την κοινωνική λειτουργία και τον οικονομικό μηχανισμό. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου μαθήματος θα έχουμε την ευκαιρία να εξετάσουμε τη διαδικασία ανάπτυξης και αλλαγής του διαδικτύου όπως και την ευρύτερη συζήτηση σχετικά με τις δυνατότητες που δημιουργεί και τα προβλήματα που θέτει η μετάβαση στη δικτυακή οικονομία. Καθώς πολλαπλασιάζονται οι δυνατότητες διαχείρισης της πληροφορίας και δημιουργίας περιεχομένου από τους χρήστες αναδεικνύονται νέα πρότυπα επικοινωνίας και οργάνωσης που επαναπροσδιορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας και το ευρύτερο πλαίσιο εντός του οποίου καλούνται να λειτουργήσουν άτομα, επιχειρήσεις και εθνικές οικονομίες. Ιδιαίτερα θα μας απασχολήσουν τα νέα δεδομένα που διαμορφώνονται στο χώρο των Μέσων καθώς η ψηφιοποίηση της πληροφορίας και η δικτύωση ανατρέπουν το πρότυπο της μαζικής επικοινωνίας. Οι αυξανόμενες απαιτήσεις και δυνατότητες του κοινού για παραγωγή περιεχομένου και αμφίδρομη επικοινωνία επιβάλλουν σε δημοσιογράφους και επιχειρήσεις των Μέσων να αναπροσαρμόσουν τους στόχους και τις πρακτικές τους προκειμένου να ανταποκριθούν στις προκλήσεις της νέας εποχής και στις συνθήκες που διαμορφώνει η «επανάσταση των χρηστών» που μόλις ξεκίνησε. Η τελική βαθμολογία εξαρτάται από την παρουσία, συμμετοχή στο μάθημα και τις εργασίες κατά 40% και από τις εξετάσεις κατά 60%.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

N. Λέανδρος, *Το Διαδίκτυο: Ανάπτυξη και Αλλαγή*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2005.

N. Λέανδρος, *Πολιτική Οικονομία των ΜΜΕ. Η Αναδιάρθρωση της Βιομηχανίας των Μέσων στην Εποχή της Πληροφοριακής Επανάστασης*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2004.

L. Kung, R. Picard και R. Towse, *Η Επίδραση του Internet στα ΜΜΕ*, Άσπρη Λέξη, Αθήνα, 2009.

Εργαστήριο Πολιτισμού III | Γεώργιος-Μιχαήλ Κλήμης

Ο όρος "πολιτιστική βιομηχανία" (cultural industries) χρησιμοποιήθηκε από τον Adorno (1991) αντικαθιστώντας τον όρο "μαζική κουλτούρα" (mass culture), μιας και ήθελε να σηματοδοτήσει ότι η σύγχρονή του κουλτούρα ήταν κατευθυνόμενη και κατασκευασμένη και δεν πήγαζε αυθόρμητα από τις μάζες. Η αντικατάσταση του όρου πολιτιστικές με τον όρο "δημιουργικές βιομηχανίες" (creative industries) την δεκαετία του 90 από πολιτικούς (π.χ. στο DCMS (1998)), και ακαδημαϊκούς (Caves 2000) σηματοδοτεί την απαγκίστρωση του πολιτισμού από την πολιτεία (ως βασικού χρηματοδότη πάνω από όλα) και φέρνει στην επιφάνεια την οικονομική/αναπτυξιακή πτυχή των κλάδων και, πρόσφατα, την πλευρά της επιχειρηματικότητας (Klimis & Wallis, 2009). Οι βιομηχανίες αυτές περιλαμβάνουν τους κλάδους της μουσικής, του κινηματογράφου, του χορού και άλλων τεχνών αλλά και αυτούς της αρχιτεκτονικής, των media, των εκδόσεων και της επικοινωνίας γενικότερα.

Το εργαστήριο αυτό σκοπεύει:

- Να βοηθήσει στην κατανόηση του μακρο – περιβάλλοντος (Νομικό, Πολιτικό, Τεχνολογικό, Κοινωνικο-οικονομικό) στο οποίο λειτουργούν αυτές οι βιομηχανίες και να καταδείξει την κεντρική σημασία της πνευματικής ιδιοκτησίας ως καταλύτη ή και εμπόδιο για την επιχειρηματικότητα.
- Να αυξήσει την κατανόηση των φοιτητών στα θεωρητικά μοντέλα, τις τεχνικές έρευνας και τις πρακτικές των δημιουργικών βιομηχανιών σε θέματα διοίκησης, ηγεσίας και στρατηγικής.
- Να καταδείξει και ερευνήσει την επιρροή των νέων τεχνολογιών στη δομή, λειτουργία και τις πρακτικές των δημιουργικών βιομηχανιών

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Bilton, C. (2007). *Management and creativity: from creative industries to creative management*. Malden, MA: Blackwell Publications.
- Caves, R. E. (2002). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge, Mass.; London: Harvard University Press.
- Klimis, G. M., & R. Wallis, R. (2009). «Copyright and Entrepreneurship: Catalyst or Barrier? Information», *Communication & Society*, 12, 2, pp.267-286.

Εργαστήριο Πολιτισμού IV | Χαρίκλεια Τσοκανή

Στο εργαστηριακό μάθημα μεταφέρεται ο προβληματισμός, σχετικά με το περιεχόμενο των μουσικών συμβόλων, στο πεδίο της δυτικής μουσικής δημιουργίας και ειδικά σε αυτό της όπερας. Εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο ορισμένα θεμελιώδη σύμβολα της ελληνικής μυθολογίας συνιστούν τη βάση πάνω στην οποία οικοδομείται το μουσικό λυρικό θέατρο στη Δύση και ακόμη το πώς η δυτική παράδοση αναμορφώνει μέσα από την μουσική τέχνη ορισμένα, παγκόσμια πλέον, πολιτισμικά πρότυπα, όπως είναι αυτά του Ορφέα, του Οδυσσέα, του Ιδομενέα, της Μήδειας, της Ηλέκτρας, κ.τ.λ. Επίσης, στο εργαστήριο φωνητικής και μουσικής έκφρασης προσφέρεται στους φοιτητές η δυνατότητα επικοινωνίας με καλλιτέχνες από τον χώρο της μουσικής, του θεάτρου και του χορού προκειμένου να εξοικειωθούν οι νέοι με τον ιδιαίτερο μόχθο του δημιουργού και να έχουν την ευκαιρία να συζητήσουν εκ του σύνεγγυς με ανθρώπους των οποίων η αφοσίωση στο έργο τους μπορεί να λειτουργήσει παραδειγματικά και παρακινητικά.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας III | Νίκος Μπακουνάκης

Το εργαστήριο αυτό αποτελεί ουσιαστικά συνέχεια του αντίστοιχου εργαστηρίου του χειμερινού εξαμήνου. Οι φοιτητές εμβαθύνουν στις τεχνικές του ρεπορτάζ, της έρευνας και της αφήγησης και παρουσιάζουν τις εργασίες τους για την Αθήνα.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας IV | Μαρίνα Ρήγου

Ραδιοφωνικό Εργαστήριο

Συνεργάτης: Αντώνης Χατζής, δημοσιογράφος

Στόχος του ραδιοφωνικού εργαστηρίου είναι η εξοικείωση των φοιτητών της κατεύθυνσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης με το ραδιόφωνο και η εκμάθηση των τεχνικών παραγωγής εκπομπών και ειδήσεων. Στο πλαίσιο αυτό, αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ραδιοφώνου ως μέσου επικοινωνίας, η ραδιοφωνική σημειολογία και γλώσσα, η ροή και το περιεχόμενο του ραδιοφωνικού προγράμματος, η τυπολογία των ακροατηρίων και η δυναμική σχέση ραδιοφωνικού παραγωγού-ακροατή. Παρουσιάζονται τα διάφορα είδη δελτίων ειδήσεων και οι φοιτητές ασκούνται στην αξιολόγηση και ιεράρχηση των ειδήσεων, στη σύνταξη μικρών και μεγάλων δελτίων, στη σύνταξη τίτλων ειδήσεων καθώς και στο

ρεπορτάζ. Αναλύονται οι τρόποι συλλογής ειδήσεων από ένα ευρύ φάσμα πηγών που εκτείνεται από τις παραδοσιακές διαδικτυακές πηγές ενημέρωσης έως τους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης. Τα δελτία, οι τίτλοι ειδήσεων και τα ρεπορτάζ ηχογραφούνται ώστε οι φοιτητές να ασκούνται στην τεχνική της εκφώνησης. Το μάθημα περιλαμβάνει και την εκμάθηση των τεχνικών της συνέντευξης στο ραδιόφωνο, της ηχογράφησης, του γκάλοπ και της ηλεκτρονικής επεξεργασίας ήχου. Επίσης στο πλαίσιο του μαθήματος αναλύονται οι διαφορετικοί τύποι εκπομπών και οι φοιτητές δημιουργούν και ηχογραφούν 10λεπτες ή ημίωρες εκπομπές ποικίλου περιεχομένου.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Clayman S. and Heritage John, *Η ειδησεογραφική συνέντευξη*, Πατάκης, Αθήνα 2005.

Κλειαμάκη Όλγα (επιμ.), *Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα*, Τετράδια Επικοινωνίας, ΙΟΜ, Αθήνα 2006.

Κρισέλ Άντριου, *Η γλώσσα του ραδιοφώνου, Επικοινωνία και Κουλτούρα*, Αθήνα 1991.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων III | Μπέττυ

Τσακαρέστου

Στρατηγική Επικοινωνίας

Συνεργάτης: Λουκάς Πετρούνιας, Executive Director, Solid Communications

Το μάθημα αυτό στοχεύει να σε κάνει να αγαπήσεις τη διαφήμιση ή να της δώσεις μια και να πάει από εκεί που ήρθε. Μέσα από μια διαδραστική διαδικασία, οι συμμετέχοντες θα ακολουθήσουν τα στρατηγικά μονοπάτια που οδηγούν σε μια αποτελεσματική διαφήμιση, στο ζευγάρι της επιχειρηματικότητας με την επικοινωνία.

Εν τέλει, αυτό που θα βιώσετε θα είναι η συγγραφή και αφήγηση μιας ιστορίας, στην οποία πρωταγωνιστές θα είστε εσείς.

Social Media και Startup Επιχειρηματικότητα (Social Media and Startup Lab)

Συνεργάτες: Γιώργος Γιαννακέας, Marketing & Communications Manager, Niobium, Γιάννης Δοξαράς, Mobile Marketing Visionary, Niobium, Νεκτάριος Συλλιγαρδάκης, Team Leader, Eresus

Το συγκεκριμένο εργαστηριακό μάθημα φιλοδοξεί να εισάγει τους φοιτητές στις νέες πρακτικές marketing και στην κουλτούρα της επιχειρηματικότητας συνδυάζοντας την θεωρητική προσέγγιση με την πρακτική εφαρμογή.

Το μάθημα αναπτύσσεται σε 3 επίπεδα (modules)

Inbound Marketing, Mobile Marketing, και Entrepreneurship & Startup Culture

Στο πλαίσιο του μαθήματος εξετάζουμε τις νέες τάσεις στο επιχειρηματικό πεδίο και πως αυτό διαμορφώνεται στην ψηφιακή εποχή. Στόχος του μαθήματος είναι να προσεγγίσουμε την κουλτούρα που αναδεικνύουν τα social media και να θέσουμε ερωτήματα που αφορούν στις έννοιες της συνεργασίας, της καινοτομίας, της δημιουργικότητας και της ανατροπής. Προκειμένου να εισάγουμε τους φοιτητές στην κουλτούρα της επιχειρηματικότητας και ειδικότερα στην κουλτούρα των startup διοργανώνουμε μια προσομοίωση ενός startup competition όπου οι φοιτητές καλούνται να παρουσιάσουν τις επιχειρηματικές ιδέες που σχεδιάζουν στο πλαίσιο του μαθήματος.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV | Δήμητρα

Ιορδάνογλου

Στρατηγική Χρήσης Διαφημιστικών Μέσων

Συνεργάτης: Γιώργος Κουβαράς, Αναπληρωτής Πρόεδρος εταιρικής ανάπτυξης B.B.D.O

Βασικές αρχές στην επιλογή και τη χρήση των διαφημιστικών μέσων (M.M.E. κα): Ανάλυση των συνηθειών των καταναλωτών (προϊόντων) και χρηστών (υπηρεσιών) με τα διαφημιστικά μέσα. Αξιολόγηση των διαφημιστικών μέσων με ποσοτικά (κόστος - επιδόσεις) και ποιοτικά κριτήρια. Συγκρίσεις αποτελεσματικότητας κόστη και δυνατότητες επηρεασμού στο κοινό που στοχεύει κάθε είδους επικοινωνιακή προσπάθεια (καμπάνια). Επίδραση της στοχευόμενης επικοινωνίας στις πωλήσεις και τον βαθμό αναγνωρισιμότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Κτίσιμο ή προστασία της εικόνας του προϊόντος ή της υπηρεσίας από την επιλογή και χρήση των διαφημιστικών μέσων. Δημιουργία, διατήρηση ή επέκταση στο βαθμό γνωριμίας (προϊόντων ή υπηρεσιών). Τα μεγέθη της κάλυψης και της μέσης συχνότητας και η σχέση τους με το μερίδιο αγοράς ή τον βαθμό γνωριμίας. Το κτίσιμο της καμπύλης κάλυψης της διαφημιστικής προσπάθειας (κάλυψη κοινού) και η επιτυχία ικανοποιητικής μέσης συχνότητας του μηνύματος. Δηλαδή το ποσοστό του κοινού που θα ενημερωθεί και ο μέσος όρος των φορών που το κοινό θα δεχθεί το διαφημιστικό μήνυμα. Ο προσδιορισμός του απαιτούμενου

αποτελεσματικού διαφημιστικού κονδυλίου για την διαφημιστική εκστρατεία και την επίτευξη των στόχων της. Τέλος, καθορισμός των στόχων των διαφημιστικών στόχων της επικοινωνιακής προσπάθειας η στρατηγική στη χρήση των διαφημιστικών μέσων (πολλά ή λίγα μέσα, ποια μέσα, ποια περίοδο, με τι μεγέθη επικοινωνίας κλπ).

Σημαντική κατάληξη των μαθημάτων είναι η (σε ατομικό επίπεδο) εκπόνηση άσκησης κατάρτισης (επαγγελματικού επιπέδου) πρότασης διαφημιστικών μέσων (με ανάλυση δαπανών κατηγορίας προϊόντος, στόχους, στρατηγική, πλάνο και εκτίμηση αποτελεσματικότητας σε μεγέθη Media).

Έρευνα Αγοράς

Συνεργάτης: Κωνσταντίνος Ιωαννίδης, PhD, Nielsen Company

Το μάθημα αποτελεί εισαγωγή στην Έρευνα Αγοράς. Αρχικά προσδιορίζεται ο ρόλος και η σημασία της Έρευνας Αγοράς ως εργαλείο μίας ολοκληρωμένης στρατηγικής marketing και επικοινωνίας. Μέσα από αληθινά cases studies και βιωματικές ομαδικές εργασίες, οι φοιτητές μαθαίνουν να αντιμετωπίζουν τα ερευνητικά προβλήματα και να προσεγγίζουν τον κατάλληλο ερευνητικό σχεδιασμό. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, γίνεται διαχωρισμός μεταξύ της χρήσης πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων, αναφορά σε βασικές αρχές στατιστικής, δειγματοληψίας και εγκυρότητας, ενώ οι φοιτητές έρχονται σε επαφή τόσο με τη ποιοτική, όσο και με την ποσοτική μεθοδολογία ερευνών (στόχοι κάθε μεθοδολογίας, τεχνικές δειγματοληψίας, ανάλυση δεδομένων, έλεγχοι και παρουσιάσεις αποτελεσμάτων). Παράλληλα, γίνεται αναφορά σε τρέχουσες καταναλωτικές έρευνες γνωστών επιχειρήσεων, που λειτουργούν ως παραδείγματα για την καλύτερη αφομοίωση της θεωρίας. Επιπλέον, παρουσιάζονται καινοτόμες χρήσεις των νέων τεχνολογιών στον τομέα της Έρευνας Αγοράς, καθώς και η ανάπτυξη που γνωρίζει ο κλάδος διεθνώς.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Malhotra, N and Birks, D. (2006), *Marketing Research: An Applied Approach*, Edinburgh: Prentice Hall, Pearson Education

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. and Armstrong, G., (2004), *Principles of Marketing*, New Jersey: Prentice Hall

McDaniel, C. and Gates, R. (2011), *Marketing Research*, Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.



ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Ζ Εξάμηνο

Μελέτη και Ερμηνεία Υλικού Πολιτισμού | Ανδρομάχη Γκαζή

Ο όρος «υλικός πολιτισμός» αναφέρεται σε εκείνο το τμήμα του φυσικού περιβάλλοντος που παίρνει μορφή από τον άνθρωπο μέσα από πολιτισμικά διαμορφώσιμες συμπεριφορές και κανόνες. Ο υλικός πολιτισμός αποτελεί σύνθετο κώδικα επικοινωνίας, αφού το κάθε αντικείμενο αποτελεί φορέα πολλαπλών και σύνθετων νοημάτων και μπορεί να μελετηθεί με ποικίλους τρόπους. Ωστόσο, οι περισσότεροι από εμάς είναι ουσιαστικά «αναλφάβητοι» όταν πρόκειται να ερμηνεύσουν και στη συνέχεια να κοινοποιήσουν/εκθέσουν πληροφορίες που βρίσκονται κωδικοποιημένες στα αντικείμενα. Στο μάθημα αυτό: 1. διερευνώνται οι τρόποι με τους οποίους μπορούμε να μελετήσουμε και να ερμηνεύσουμε τον υλικό πολιτισμό με απώτερο στόχο να κατανοήσουμε τις πεποιθήσεις - αξίες, ιδέες, συμπεριφορές- μιας συγκεκριμένης κοινότητας ή κοινωνίας σε ορισμένο χρόνο, 2. εξετάζεται το πώς η θεωρία και η μεθοδολογία της μελέτης του υλικού πολιτισμού βοηθά στην οργάνωση εκθέσεων (θέμα του Εργαστηρίου Πολιτισμού VIII, που διδάσκεται στο επόμενο εξάμηνο). Οι θεματικοί άξονες του μαθήματος είναι οι ακόλουθοι:

- Ζητήματα θεωρίας του υλικού πολιτισμού
- Μεθοδολογία μελέτης υλικού πολιτισμού ο Μοντέλα ανάλυσης αντικειμένων
- Ζητήματα ερμηνείας του υλικού πολιτισμού
- Ζητήματα θεωρίας των εκθέσεων (τι σημαίνει «έκθεση», ποιος και γιατί εκθέτει, τι και πώς εκτίθεται, τι δεν εκτίθεται και γιατί, ποιοι είναι οι αποδέκτες, κ.λπ.)

Στο πλαίσιο του μαθήματος γίνονται ασκήσεις ανάλυσης αντικειμένων, οι οποίες εξοικειώνουν τους φοιτητές με τις μεθόδους μελέτης του υλικού πολιτισμού. Πραγματοποιούνται, επίσης, επισκέψεις σε μνημεία, ιστορικά κτήρια ή μουσεία με στόχο να φωτιστούν ζητήματα ερμηνείας του υλικού πολιτισμού. Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται στη συνεπή και ενεργή συμμετοχή στο μάθημα (10%), στην εκπόνηση εργασίας (40%) και σε γραπτές εξετάσεις (50%).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Γιαλούρη, Ε. *Υλικός Πολιτισμός. Η ανθρωπολογία στη χώρα των πραγμάτων*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια, 2012
- Berger, A.A. *What Objects Mean. An introduction to material culture*, Walnut Creek: Left Coast Press, Inc., 2009.
- Pearce, S. *Μουσεία Αντικείμενα και Συλλογές*. Θεσσαλονίκη: Βάνιας, 2002.

Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου III | Μαρία Κακαβούλια

Η θεωρία και η πράξη της αφήγησης Το Εργαστήριο Ρητορικής και Λόγου III διερευνά το θεματικό πεδίο "Θεωρία και Πράξη της Αφήγησης". Αποτελεί το τρίτο και πιο προχωρημένο από τα Εργαστήρια Ρητορικής και Λόγου και εκτός από την θεωρητική κατάρτιση των φοιτητών στο θεματικό πεδίο, έχει σαφώς ερευνητικό προσανατολισμό, συνδέει δηλ. το προπτυχιακό επίπεδο μαθήματος με την έρευνα. Το Εργαστήριο προσφέρει εισαγωγικές γνώσεις ως προς α) απλές μεθόδους έρευνας, όπως η συγκρότηση σωματίων αφηγηματικών κειμένων, και β) νέες και ενδιαφέρουσες μεθόδους ανάλυσης του πρωτογενούς γλωσσικού υλικού (αφηγήσεων). Ειδικότερα, μελετάται το περιεχόμενο και διευκρινίζονται οι ορισμοί του όρου "αφήγηση", αναδεικνύεται η πολλαπλότητα των αφηγηματικών κειμενικών ειδών. Παρουσιάζονται επιλεγμένες μεθοδολογίες έρευνας της αφήγησης, όπως οι τυπικές δομές αφήγησης του W. Labov (1972) με τις επιμέρους οργανωτικές μονάδες (προσανατολισμός, πράξη επιπλοκής κ.ά.), επίσης, η φορμαλιστική προσέγγιση των παραμυθιών (V. Propp 1928), αλλά και οι αφηγηματολογικές εφαρμογές στην ανάλυση της γλώσσας των Μέσων (Bell, Montgomery κ.ά). Γίνεται αναφορά σε νέα πεδία ανάπτυξης και εμπλουτισμού της θεωρίας της αφήγησης (narrative macro- & micro-design κ.ά.) σε διεπιστημονικούς κοινούς τόπους όπως γνωστική ψυχολογία, κοινωνιογλωσσολογία, κοινωνική ανθρωπολογία, εθνογραφία. Η αφήγηση αναλύεται ως προς τη σύνδεσή της με την έννοια της αναπαράστασης ταυτότητας (κατηγορία αξιολόγησης και δείξης) όσο και με την έκφραση συγκεκριμένων στάσεων των ομιλητών/αφηγητών απέναντι σε ποικιλία θεμάτων. Τα παραδείγματα και η τυπολογία των αφηγήσεων προέρχονται από τρία περιβάλλοντα χρήσης λόγου: α) το περιβάλλον των μέσων επικοινωνίας (ειδησεογραφικές αφηγήσεις, πολυφωνικές ρεπορταζιακές αφηγήσεις, διαφημιστικές αφηγήσεις, συνεντευξιακές αφηγήσεις, αφηγήσεις σε ηλεκτρονικές συνομιλίες, διαμεσικές/ transmedia αφηγήσεις, κ.ά.), β) την λογοτεχνία και την ιστορία (παραμύθι, μονολογικές αφηγήσεις, τριτοπρόσωπες αφηγήσεις, αυτοβιογραφία, βιογραφία, κυβερνοαφήγηση, κυβερνομυθιστόρημα, flash fiction, κ.ά.), και γ) το περιβάλλον της προφορικής αυθόρμητης επικοινωνίας (συνομιλιακές αφηγήσεις, προσωπικές αφηγήσεις). Επιπλέον, μελετώνται και διειδολογικές περιπτώσεις αφηγήσεων (π.χ. λογοτεχνική δημοσιογραφία, δημοσιογραφικές τεχνικές στη λογοτεχνία, χρήση παραμυθιών στη διαφήμιση, κ.ά.).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Berger A. A. 1997, *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*, London: Sage.
Κακαβούλια Μ. 2003, *Μελέτες για τον αφηγηματικό λόγο*, Αθήνα: Ψυχογιός.

Liebes T. 1994, *Narrativization of the News*, Νέα Υόρκη: Lawrence Erlbaum Associates

Εξωτερική Πολιτική και ΜΜΕ | Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης

Το μάθημα, αναφέρεται στον κρίσιμο τομέα της σχέσης αλληλεπίδρασης μεταξύ Εξωτερικής Πολιτικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Ηλεκτρονικού και Γραπτού Τύπου, καθώς επίσης και στη διαμόρφωση κρίσιμων μεγεθών επιρροής όπως είναι η πολιτική κουλτούρα και η δημοσιότητα. Στο πλαίσιο αυτό, περιλαμβάνονται και αναλύσεις που παραπέμπουν στο ίδιο το πολιτικό σύστημα, τη Δημοκρατική ή την Αυταρχική του δομή, καθώς επίσης, και σε φαινόμενα εκδήλωσης του πολιτικού και δημοσιογραφικού λόγου, όπως είναι ο Λαϊκισμός. Ο στόχος του μαθήματος, εστιάζεται στην ανάλυση της θέσης, δομής και λειτουργίας των Μ.Μ.Ε. στην εξωτερική και τη Διεθνή Πολιτική, στην παρουσίαση των διαχρονικών θεωρητικών προσεγγίσεων, ως προς τη σχέση αυτή στην όλη προβληματική, και στην εξέταση του ρόλου και της σημασίας των Μ.Μ.Ε. στη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής των κρατών. Ταυτόχρονα, επιχειρείται και η αποτύπωση της αλληλεξάρτησης των μεγεθών, και της επιρροής τους στις σύγχρονες διεθνείς κρίσεις με ξεχωριστά παραδείγματα την περίπτωση των Ελληνοτουρκικών συγκρουσιακών σχέσεων, την περίπτωση του Κοσσοβού, αλλά και του Ιράκ. Το Μάθημα διεξάγεται, σ' ένα πλαίσιο συνδυασμού διαλέξεων και Σεμιναρίου. Η αξιολόγηση γίνεται μέσω προφορικών εξετάσεων και εργασιών.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Χρ. Γιαλλουρίδης - Βιβή Κεφαλά. *Κόσσοβο: Η εικόνα του Πολέμου*. Αθήνα: Ι. Σιδέρης, 2001
Χρ. Γιαλλουρίδης. *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση 1955-200: Από την Κύπρο έως τα Ίμια, τους S-300 και το Ελσίνκι*. Αθήνα: Ι. Σιδέρης, 2000.

Θεωρία της Κυβερνητικής | Διονύσης Καββαθάς

Συστημική θεωρία, Αποδόμηση και (ΡΙζικός) Κονστρουκτιβισμός αποτελούν σήμερα μερικά από τα κυρίαρχα θεωρητικά μοντέλα όχι μόνο στο πεδίο της φιλοσοφικής, κοινωνιολογικής και ψυχολογικής γνωσιοθεωρίας, αλλά και στο χώρο της συγκριτικής λογοτεχνίας και της θεωρίας της τέχνης.

Στόχος του μαθήματος είναι η συγκριτική παρουσίαση των προαναφερθέντων μοντέλων, έχοντας ως καθοδηγητικό νήμα την κοινή επιστημολογική θέση ότι κάθε ανθρώπινη γνώση είναι πεπερασμένη, αποσπασματική, σχεσιακή. Βασικές έννοιες της κυβερνητικής όπως «εντροπία», «πληροφορία», «κώδικας», «πρόγραμμα», «επικοινωνία», «βρόχος ανάδρασης» κ.λπ., θα αναδειχθούν ως μεταφορές ενός παρατηρητή που επιχειρεί να περιγράψει μεταφορικά τη δομή των έμβιων όντων, των τεχνητών και των κοινωνικών συστημάτων.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Maturana / Varela, *Το δένδρο της γνώσης*, εκδ. Κάτοπτρον, Αθήνα, 1992.
Dirk Baecker, *Επικοινωνία*, εκδ. Σμίλη, 2008
Michel Serres, *Το παράσιτο*, εκδ. Σμίλη, 2009

Θεωρία των Δικτύων και Μέσα Επικοινωνίας | Περσεφόνη Ζέρη

Οι πολιτικοί στη σύγχρονη κοινωνία έχουν διπλή αποστολή: αφενός πρέπει να παίρνουν αποφάσεις στα αρμόδια όργανα και αφετέρου να αγρεύουν ψήφους μπροστά στην κάμερα. Γι' αυτό γίνεται λόγος για τη δημοκρατία των μέσων με την έννοια ότι η πολιτική δημοσιότητα προσανατολίζεται προς τις αρχές παρουσίασης που ισχύουν για τα μέσα επικοινωνίας. Σ' αυτό το πλαίσιο θα πραγματευθούμε τρία διαφορετικά ερευνητικά πεδία: πρώτον τις επιδράσεις των μέσων επικοινωνίας στις επιλογές και τις προτιμήσεις του κοινού και των ψηφοφόρων, δεύτερον τον μετασχηματισμό του πολιτικού, τη δομική επιρροή των μέσων επικοινωνίας στη λειτουργία των κομμάτων, τις ενδοκομματικές επικοινωνιακές σχέσεις, τις σχέσεις πολιτικής αντιπροσώπευσης, την αλλαγή της δημόσιας σφαίρας και τρίτον τη συμβολή των μέσων επικοινωνίας στην μεταβολή της κοινωνικής διαδικασίας (π.χ. αποσύνδεση της κοινωνικής δομής από την πολιτική συμπεριφορά) και στις διαδικασίες αλλαγής της πολιτικής κουλτούρας. Θα εξετάσουμε την αδιαφανή διαδικασία της συμβιωτικής αλληλόδρασης ανάμεσα στην πολιτική και τα μέσα όπου τα κόμματα ασκούν την πολιτική τους στο πλαίσιο μιας αγοράς της δημόσιας προσοχής.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

J. Rifkin, *Η Εποχή της Πρόσβασης*, Λιβάνης, 2000
Pierre Levy, *Η δυνητική πραγματικότητα*, Κριτική 1999
Chris Anderson, *Η μακριά Ουρά*, Κάτοπτρο, Αθήνα 1999

Δίκαιο των Μέσων I: Δίκαιο του Τύπου | Ιωάννα Κική

Στο μάθημα αυτό εξετάζεται η συνταγματική προστασία του τύπου, ως θεσμικής εγγύησης, με την ταυτόχρονη κατοχύρωση των δικαιωμάτων όλων των υποκειμένων που συμμετέχουν στην εκδοτική δραστηριότητα. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη νομική κατοχύρωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, με αναφορά στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των δημοσιογράφων και ακόμη, σε αυτά της αναγνώρισης του επαγγελματικού τους απορρήτου και της ελεύθερης πρόσβασής τους στις πηγές πληροφόρησης. Η κατοχύρωση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας σε όφελος των δημοσιογράφων περιλαμβάνεται επίσης στην ύλη. Τέλος, αναλύονται τα θέματα αναζήτησης αστικής ευθύνης σε υποθέσεις τύπου και της εφαρμογής των σχετικών ποινικών διατάξεων.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Π. Δαγτόγλου. *Συνταγματικό δίκαιο. Ατομικά δικαιώματα Α*. Αθήνα: Α. Σάκκουλας, 1991, (ιδίως σελ. 451-537).
Γ. Καράκωστας. *Προσωπικότητα και Τύπος*. Αθήνα: Α. Σάκκουλας, 1997.
Γ. Κική. *Δίκαιο της πληροφόρησης. Αναλύσεις – κείμενα*. Αθήνα: Προσκήνιο, 1998.

Νέες Καταναλωτικές Τάσεις | Μπέττυ Τσακαρέστου

Στο μάθημα αυτό επιχειρείται μια διεπιστημονική προσέγγιση του «κόσμου των αγαθών» και της καταναλωτικής δραστηριότητας. Η μελέτη εκτείνεται από τα βασικά ανθρωπολογικά δεδομένα ως τις καταναλωτικές πρακτικές στις μεταβιομηχανικές κοινωνίες και τις νέες καταναλωτικές πρακτικές στην ψηφιακή, δικτυωμένη και συνεργατική εποχή, με ιδιαίτερη έμφαση στο πρότυπο του «παραγωγού-καταναλωτή» (prosumer). Συστηματικές αναφορές γίνονται στην οικονομική ψυχολογία και τα αγοραστικά κίνητρα και στη συμβολική διάσταση της κατανάλωσης, ενώ μεθοδικά επίσης αναλύονται «ψυχογραφικά» και πολιτιστικά δεδομένα που σχετίζονται με τις καταναλωτικές επιλογές. Το μάθημα έχει ερευνητικό χαρακτήρα, αξιοποιούνται μελέτες περίπτωσης, διοργανώνονται ομάδες εστίασης και προφορικές εβδομαδιαίες παρουσιάσεις. Στο πλαίσιο του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες σχεδιάζουν και υλοποιούν υπο την επίβλεψη της διδάσκουσας μια ποιοτική και ποσοτική έρευνα στο πεδίο των νέων

καταναλωτικών τάσεων.

Η εστίαση είναι στη συνεργατική κατανάλωση, επικοινωνία και συνδημιουργία (collaborative consumption/prosumption) μέσα από τις κινητές συσκευές (smart mobiles, tablets, mobiles apps), την αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων και έχοντας ως πλαίσιο αναφοράς τη δικτυωμένη κοινωνία (networked society, τις πόλεις ως πλατφόρμες καινοτομίας και συνδημιουργίας (cocreation/smart cities) και την οικονομία του μοιράσματος (sharing economy).

Μαθησιακοί στόχοι:

- Εξοικείωση με τα ανθρωπολογικά, κοινωνιολογικά και πολιτισμικά δεδομένα της καταναλωτικής κουλτούρας και συμπεριφοράς από τις βιομηχανικές, στις μεταβιομηχανικές και τις ψηφιακές/δικτυωμένες κοινωνίες
- Εξοικείωση με τις βασικές παραδοχές και τα ευρήματα της οικονομικής ψυχολογίας στα αγοραστικά κίνητρα όπως και τη συμβολική διάσταση της κατανάλωσης
- Η ικανότητα διατύπωσης ερευνητικών ερωτημάτων και υποθέσεων εργασίας στο πλαίσιο της για τα σύγχρονα ζητήματα κατανάλωσης με στόχο το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας έρευνας
- Ικανότητα συγκριτικής ανάλυσης και ερμηνείας ερευνητικών δεδομένων και αποτελεσμάτων
- Ικανότητα σύνταξης της αναφοράς των ερευνητικών αποτελεσμάτων της έρευνας που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του εξαμήνου και δημόσιας παρουσίασης της.

Οργάνωση: Το μάθημα στηρίζεται στην έρευνα πηγών (βιβλιογραφία, ποικίλες πηγές στο διαδίκτυο, ομιλίες στο διαδίκτυο(TED.com, στο foratv, youtube, iTunesU, και τις νέες online εκπαιδευτικές πλατφόρμες: Udemy, Coursera, 2tor, με στόχο οι συμμετέχοντες οργανωμένοι σε ομάδες εργασίας να ετοιμάσουν και να παρουσιάσουν ένα δικό τους ερευνητικό και δημιουργικό πρότζεκτ το οποίο θα σχολιαστεί και αξιολογηθεί από όλους τους συμμετέχοντες. Αναρτήσεις στο blog του μαθήματος.

Αξιολόγηση: Κάθε εβδομάδα οι φοιτητές/ φοιτήτριες οργανωμένοι σε ομάδες εργασίες παρουσιάζουν και δέχονται σχόλια για εργασίες που ανατίθενται σε κάθε μάθημα. Η αξιολόγηση είναι συνεχής και μέρος της διαδικασίας μάθησης και ανάπτυξης και όχι μια διαδικασία που έρχεται αποκλειστικά στο τέλος του εξαμήνου.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Δ. Ποταμιάνος, 1996. *Στον Κήπο*. Εκδόσεις Καστανιώτη
Ε. Οστρομ, 2002. *Η διαχείριση των κοινών πόρων*. Εκδόσεις Καστανιώτη
Ρ. Φρανκ, 1999. *Τα Πάθη της Λογικής*. Εκδόσεις Καστανιώτη.

Εισαγωγή στα Βασικά Συστατικά Στοιχεία της Επιχειρηματικότητας | Γεώργιος-Μιχαήλ Κλήμης

Η πράξη Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ), που υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013 και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους, οργανώνεται και εκτελείται από το Πάντειο Πανεπιστήμιο. Η εποπτεία της πράξης ασκείται από τη Δομή Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας (ΔΑΣΤΑ) του Παντείου Πανεπιστημίου.

Το Πάντειο Πανεπιστήμιο, διατηρώντας στο ακέραιο τον επιστημονικό του χαρακτήρα και σεβόμενο την ακαδημαϊκή παράδοση του ιδρύματος, προσπαθεί όλα αυτά τα χρόνια να στραφεί με αξιώσεις προς τους ορίζοντες της σύγχρονης κοινωνίας και να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της οικονομίας. Η αναγκασία σήμερα «εξωστρέφεια» του ιδρύματος προϋποθέτει την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των αποφοίτων μας στα πεδία που ορίζουν τόσο την επιστημονική όσο και την επαγγελματική ταυτότητα των πτυχιούχων μας. Η νέα οικονομική πραγματικότητα καθιστά αναγκαίο τον εκσυγχρονισμό και τον εμπλουτισμό των προγραμμάτων των ανώτατων σπουδών στις κοινωνικές και πολιτικές επιστήμες με παρόμοιες καινοτόμες πρωτοβουλίες που επιχειρούν τη διασύνδεση της φοιτητικής σταδιοδρομίας με την επαγγελματική δραστηριότητα.

Με την ενεργοποίηση του επιστημονικού δυναμικού το πρόγραμμα έχει σαν στόχο να ενθαρρύνει τους φοιτητές στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και δράσεων. Οι φοιτητές ειδικά που θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα, θα εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους με σύγχρονα εργαλεία οικονομικής δραστηριότητας, θα αποκτήσουν εμπειρία από πραγματικές επιχειρηματικές δράσεις και θα ενθαρρυνθούν στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Οι παραπάνω δράσεις ενισχύουν τόσο την εξωστρέφεια του ιδρύματος όσο και την ανταγωνιστικότητα των πτυχιούχων.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Adler Ronald B. & Rodma George, *Understanding Human Communication*, Oxford UP., New York, 2008.
Thompson Gary, *Rhetoric Through Media*, Allyn and Bacon, Boston, 1997.
Branston Gill & Stafford Roy, *The Media Student's Book*, Routledge, London, 2000.

Δραματουργία και Παράσταση | Πατρίτσια Κόκορη

Συνέχεια του μαθήματος 'Ιστορία του Θεάτρου', αν και δεν είναι προαπαιτούμενο. Πρόκειται για μεθοδική ενασχόληση με τα βασικά είδη του σύγχρονου ρεπερτορίου, την παραστατική θεωρία του εικοστού αιώνα και τις διάφορες εκφάνσεις της σε σύγχρονες παραστάσεις. Το θεωρητικό μέρος του μαθήματος επικεντρώνεται σε σύντομη επισκόπηση της παραστατικής πρωτοπορίας του εικοστού αιώνα (Στανισλάβσκι, Μπρεχτ, Αρτώ κ.ά.). Οι αισθητικές προτάσεις αυτών των θεωρητικών και πρακτικών καθορίζουν το πέρασμα από τους θεατρικούς κώδικες της «αυθεντικότητας» ή της «φυσικότητας» στην εικονική πραγματικότητα της μετα-νεωτερικής σκηνικής γλώσσας. Σ' αυτό το πλαίσιο εξετάζουμε τις σκηνικές προτάσεις βιντεοσκοπημένων και τωρινών παραστάσεων για να προσδιορίσουμε την αισθητική και τις τεχνικές στις οποίες βασίζονται. Στόχος του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτητές τις απαραίτητες δεξιότητες για την ανάλυση του θεατρικού είδους, και της θεατρικής πράξης στο συνολικό της αποτέλεσμα. Το μάθημα, δηλαδή, μελετά τα επιμέρους στοιχεία (κείμενο, σκηνοθεσία, υποκριτική, κίνηση, σκηνογραφία, μουσική, φωτισμό) και πώς εναρμονίζονται ή λειτουργούν αυτόνομα. Έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη της ικανότητας να αποσαφηνίζεται στην επιχειρηματολογία αξιολόγησης μιας παράστασης αν είναι το κείμενο ή η παράσταση που μας γοητεύει ή μας απογοητεύει. Περαιτέρω στόχοι του μαθήματος είναι οι εξής: 1) Η καλλιέργεια στην τέχνη της θέασης 2) Η αναγνώριση της σχέσης λόγου-σώματος-τεχνολογίας στις σύγχρονες παραστατικές τέχνες 3) Η διερεύνηση της σκηνοθετικής άποψης και η αξιολόγηση της παραστατικής πρακτικής Σ' αυτήν την πιο εξειδικευμένη κατάρτιση προστίθενται δεξιότητες που αφορούν τη συγγραφή ακαδημαϊκής εργασίας, πολιτιστικού ρεπορτάζ και θεατρικής κριτικής. Για μια πιο άμεση γνώση των κριτηρίων με τα οποία οι τεχνικές επιτεύξεις αξιολογούνται, η προαιρετική πρακτική εργασία περιλαμβάνει δραματικές παρουσιάσεις θεατρικών κομματιών που σχετίζονται με το θεωρητικό μέρος. Τρόπος Αξιολόγησης Γραπτή εργασία ή προφορική παρουσίαση (30%) και 70% εξέταση, ή 100% εξέταση.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Βαροπούλου Ελένη. *Το Ζωντανό Θέατρο: Δοκίμιο για τη Σύγχρονη Σκηνή*, Αθήνα: Άγρα, 2002.
- Kershaw Baz. *The Politics of Performance: Radical Theatre as Cultural Intervention*, London: Routledge, 1992.
- Πατσαλίδης Σάββας. *Θέατρο και Θεωρία: Περί (Υπο)κειμένων και (Δια)κειμένων*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press, 2004.

Εργαστήριο Πολιτισμού V | Μπέττυ Τσακαρέστου & Ανδρομάχη Γκαζή

«Διαχείριση γεγονότων και προσέλκυση πόρων»

Επιστημονική συνεργάτις: Δρ. Λήδα Τσενέ, Καλλιτεχνική και Εκπαιδευτική Διευθύντρια Comicdom Press

Το εργαστήριο αυτό εφοδιάζει τους φοιτητές με τις βασικές γνώσεις που είναι απαραίτητες για τη διοργάνωση και την επιτυχημένη διαχείριση γεγονότων στον χώρο της επικοινωνίας και του πολιτισμού, συνδυάζοντας δημιουργικά ένα ευρύ φάσμα δεξιοτήτων.

Ειδικότερα, το εργαστήριο αποσκοπεί στην

- Εξοικείωση με την έννοια, τις πρακτικές, τα χαρακτηριστικά και την τυπολογία των γεγονότων/events (εκδηλώσεων, φεστιβάλ, κοκ.),
- Εξοικείωση με την έννοια της ομάδας και τη σημασία της στην επιτυχημένη διοργάνωση γεγονότων,
- Απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων σχετικά με όλα τα βήματα διοργάνωσης ενός γεγονότος (event) από την ανάπτυξη της δημιουργικής ιδέας έως τον σχεδιασμό, τον προγραμματισμό, την επικοινωνία-μάρκετινγκ και την υλοποίηση,
- Εξοικείωση με τις τρέχουσες τάσεις σχετικά με την προσέλκυση πόρων (π.χ. crowd funding) και τον ρόλο των social media σε αυτό,
- Απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων στον σχεδιασμό μιας καμπάνιας προσέλκυσης πόρων.

Στο πλαίσιο του εργαστηρίου οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να συζητήσουν με καταξιωμένους εισηγητές επιτυχημένα παραδείγματα διοργάνωσης γεγονότων από διάφορα πεδία και, στη συνέχεια, να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους σε συγκεκριμένο συλλογικό έργο που σχεδιάζουν και υλοποιούν στο τέλος του εξαμήνου.

Εργαστήριο Πολιτισμού VI | Γιάννης Σκαρπέλος & Μαρία Παραδείση

Συνεργάτες: Χριστίνα Μπονάρου, Δρ. Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού
Γιώργος Βαρδαξόγλου, Δρ. University of Leeds, συνεργάτης Παντείου Πανεπιστημίου

Το κοινό εργαστήριο Πολιτισμού, Δημοσιογραφίας, Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων, και Νέων Τεχνολογιών, αποσκοπεί στο συνδυασμό των θεωρητικών

γνώσεων και των δεξιοτήτων που έχουν αποκτήσει οι φοιτητές και των τριών κατευθύνσεων και την ανάπτυξη της δημιουργικότητάς τους. Τα παραπάνω επιτυγχάνονται με την ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές και την ανάπτυξη περιεχομένου για τις εφαρμογές αυτές. Στη διάρκεια του εξαμήνου, οι φοιτητές συγκροτούν ομάδες και αναλαμβάνουν ρόλους (developers, αρχισυντάκτες, κειμενογράφοι, ρεπόρτερς - δημιουργοί περιεχομένου) που εργάζονται με την καθοδήγηση των διδασκόντων και υποψηφίων διδασκόντων του Τμήματος.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V | Νίκος Λεάνδρος & Γιάννης Σκαρπέλος

Συνεργάτες: Χριστίνα Μπονάρου, Δρ. Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού
Γιώργος Βαρδαξόγλου, Δρ. University of Leeds, συνεργάτης Παντείου Πανεπιστημίου

Το κοινό εργαστήριο Πολιτισμού, Δημοσιογραφίας, Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων, και Νέων Τεχνολογιών, αποσκοπεί στο συνδυασμό των θεωρητικών γνώσεων και των δεξιοτήτων που έχουν αποκτήσει οι φοιτητές και των τριών κατευθύνσεων και την ανάπτυξη της δημιουργικότητάς τους. Τα παραπάνω επιτυγχάνονται με την ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές και την ανάπτυξη περιεχομένου για τις εφαρμογές αυτές. Στη διάρκεια του εξαμήνου, οι φοιτητές συγκροτούν ομάδες και αναλαμβάνουν ρόλους (developers, αρχισυντάκτες, κειμενογράφοι, ρεπόρτερς - δημιουργοί περιεχομένου) που εργάζονται με την καθοδήγηση των διδασκόντων και υποψηφίων διδασκόντων του Τμήματος.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI | Ιωάννα Βώβου

Οι φοιτητές εξοικειώνονται με το μέσο 'τηλεόραση' το οποίο αλλάζει μορφή και χρήσεις μαζί με τις κοινωνικές, πολιτισμικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις και μαθαίνουν τους κώδικες της τηλεοπτικής επικοινωνίας. Η σχέση της τηλεόρασης με την κοινωνία, η τηλεοπτική έκφραση, η ιδιαιτερότητα της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας και της τηλεοπτικής θεματικής παρουσίασης, ο οπτικοακουστικός λόγος και η αφήγηση αποτελούν κύρια σημεία του προγράμματος διδασκαλίας. Κύριοι στόχοι: Η δημιουργία μίας τηλεοπτικής και οπτικοακουστικής κουλτούρας στη δημοσιογραφική πρακτική (πέραν

μίας απλής χρήσης των τεχνολογιών και των τεχνικών μέσων). Η δημιουργία κριτικής θέσης και επαγγελματικής άποψης για την τηλεοπτική δημοσιογραφία και την τηλεοπτική επικοινωνία Η συστηματοποίηση του μεθοδολογικού στοιχείου για να συνοδεύει την παραγωγή (βάσει συγκεκριμένων ασκήσεων) για την αποφυγή της χρήσης των οπτικοακουστικών μέσων επιδερμικά, χωρίς πρότερη συγκρότηση και σκέψη. Οι φοιτητές ασκούνται στα εξής πεδία:

Τηλεοπτική επικοινωνία και έκφραση
Έρευνα και προετοιμασία
Τηλεοπτικό θεματικό ρεπορτάζ
Τηλεοπτική αφήγηση
Σύλληψη, παραγωγή, παρουσίαση τηλεοπτικών εκπομπών

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Boyd Andrew, Η τέχνη της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας, Κάκτος, 2006
Yorke Ivor, Εισαγωγή στο τηλεοπτικό ρεπορτάζ, Πλέθρον, 2008
Πλειός Γιώργος, Η κοινωνία της ενημέρωσης. Ειδήσεις και νεωτερικότητα, Καστανιώτης, 2011

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων V | Μπέττυ Τσακαρέστου

Δημιουργική στρατηγική & δημιουργική γραφή

Συνεργάτης: Ζωζέτα Μηλιοπούλου, Συνιδρύτρια Tenfour agency, Σύμβουλος επιχειρήσεων

Μέσα από μια προσέγγιση που δίνει έμφαση στην πράξη, η ομάδα του εργαστηρίου μετατρέπει την επικοινωνιακή στρατηγική σε δημιουργικές ιδέες. Στόχος της δημιουργικής επικοινωνίας είναι να φέρει τις μάρκες πιο κοντά στο κοινό τους, αξιοποιώντας κάθε δυνατό σημείο επαφής. Στόχος της ομάδας είναι να δουλέψει σε πραγματικές περιπτώσεις, δημιουργώντας εκστρατείες που απαντούν σε αυτό ακριβώς το ζητούμενο.

Σε πρώτο στάδιο, οι φοιτητές αναλύουν διαφημιστικές εκστρατείες, μαθαίνουν να εντοπίζουν τα ευρήματα (reverse engineering) και να μελετούν το ρόλο τους, ενώ παράλληλα τοποθετούνται κριτικά απέναντι στον ρόλο της διαφήμισης.

Στη συνέχεια, υλοποιούν εκστρατείες δουλεύοντας με πραγματικά δεδομένα. Οι συμμετέχοντες αντιμετωπίζουν δημιουργικά τόσο τα παραδοσιακά μέσα όσο και τις καινοτόμες πλατφόρμες επικοινωνίας, σχεδιάζοντας, γράφοντας και υλοποιώντας ολοκληρωμένα μηνύματα. Μαθαίνουν αφ' ενός τη συνέργια

και αφ' ετέρου τη διαφοροποίηση του περιεχομένου, ώστε να απαντούν στις ευκαιρίες που δίνει κάθε σημείο επαφής με το κοινό.

Έτσι, αναπτύσσουν την ευρηματικότητά τους πέρα από στερεότυπα, απαντώντας σε συγκεκριμένα ζητούμενα και δουλεύοντας στο πλαίσιο της δεοντολογίας.

Κατά τη διάρκεια κάθε εξαμήνου οργανώνονται διαλέξεις με διακεκριμένους ομιλητές από το χώρο της δημιουργικής επικοινωνίας.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Ζώτος, Γ. Χ. (2000). *Διαφήμιση*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

Bly, R. W. (2006) *The Copywriter's Handbook, Third Edition: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells*. New York: Holt Paperbacks.

Drewniany, B. L. Jewler, J. A. (2007) *Creative Strategy in Advertising*. Florence, KY: Wadsworth Publishing.

παρασιάσεις και συζήτηση με προσκεκλημένους - Μελέτες περίπτωσης - Παιχνίδι ρόλων - Ανάθεση ομαδικού project

Η επίδοση των φοιτητών θα κριθεί με βάση τη συμμετοχή τους σε τρεις ομαδικές εργασίες ως εξής:

- Εργασία (σε μικρές ομάδες) για τη διοργάνωση γεγονότων (30%)
- Εργασία (σε μικρές ομάδες) για την προσέλκυση πόρων (30%)
- Κοινό ομαδικό project στο τέλος του εξαμήνου (40%).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Allen J. (2009): *Confessions of an Event Planner: Case Studies from the Real World of Events-How to Handle the Unexpected and How to Be a Master of Discretion*, Wiley

Friedman, C. S., and Hopkins, K. B. *Successful Fundraising for Arts and Cultural Organizations*. Oryx Press, 1989

Jennings, P (2000): *New Media Arts. New Funding Models*, The Rockefeller Foundation

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI | Μπέττυ

Τσακαρέστου

Διαχείριση γεγονότων και ανεύρεση πόρων (event management and fundraising)

Συνεργάτης: Λήδα Τσενέ, PhD, Επικοινωνιολόγος- Διευθύντρια Δημοσίων Σχέσεων Comicdom Press

Το συγκεκριμένο εργαστήριο στόχο έχει να παρουσιάσει όλα τα βήματα σχεδιασμού και υλοποίησης ενός event (πολιτιστικό, εταιρικό κλπ) από την ανάπτυξη της δημιουργικής ιδέας έως τον προγραμματισμό, την επικοινωνία-μάρκετινγκ και την τελική αξιολόγηση. Παράλληλα, εξετάζει τους τρόπους εξασφάλισης πόρων μέσα σε ένα διαρκές ανταγωνιστικό και οικονομικά προκλητικό περιβάλλον. Μερικές από τις βασικές έννοιες-στρατηγικές που θα προσεγγίσουμε αφορούν στη δημιουργικότητα, στις συνέργειες (creative collaborations), στη χρήση των social media, στην κινητικότητα (mobility), στην επιχειρηματικότητα (entrepreneurship), ενώ θα παρουσιαστούν επιτυχημένα σενάρια εκδηλώσεων, οργανισμών, start ups και προσωπικοτήτων.

Το εργαστήριο θα βασιστεί στην πραγμάτευση των βασικών ζητημάτων που σχετίζονται με το περιεχόμενό του και στην πρακτική εφαρμογή της γνώσης που θα αποκτηθεί σε συγκεκριμένο συλλογικό έργο που θα αναληφθεί από τους φοιτητές.

Ειδικότερα, για την επίτευξη των στόχων του θα αξιοποιηθούν: Ομιλίες /

ΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ - Η Εξάμηνο

Εικόνα και Πολιτισμός: Ελληνικός Οπτικός Πολιτισμός του 20ού αιώνα | Γιάννης Σκαρπέλος

Το μάθημα εστιάζει στις αναπαραστάσεις της Ελλάδας κατά τον 20ό αιώνα, με κεντρική αναφορά στις αναπαραστάσεις της μεταπολιτευτικής Ελλάδας μέσα από το φωτορεπορτάζ, τα κόμικς και άλλες μορφές οπτικής αναπαράστασης που προτείνονται από τη μαζική κουλτούρα (σήριαλ, εξώφυλλα δίσκων, πρωτοσέλιδα εφημερίδων και περιοδικών).

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Γ. Σκαρπέλος, 2000, *Ιστορική Μνήμη και Ελληνικότητα στα Κόμικς*, Αθήνα: Κριτική.

Γ. Σκαρπέλος, 2012, *Εικόνα και Κοινωνία*, Αθήνα: Τόπος.

Α. Νικολόπουλος, 2012, *Τα Ελληνικά Comics: Αντανακλάσεις ιδεών στις σελίδες των κόμικς*, Αθήνα: Τόπος.

Θεωρία της Λογοτεχνίας | Δημήτρης Δημηρούλης

Με τη λογοτεχνία και την τέχνη υπάρχουν πολλοί κλάδοι της επιστήμης και της σκέψης που ασχολούνται συστηματικά από την εποχή του Αριστοτέλη. Η φιλολογία, η κριτική, η έκδοση κειμένων, η λογοτεχνική ιστορία, η κοινωνιολογία της τέχνης, η συγκριτική γραμματολογία είναι οι πιο γνωστοί και καθιερωμένοι από αυτούς. Τα τελευταία πενήντα χρόνια ωστόσο αναπτύχθηκε ραγδαία η θεωρία της λογοτεχνίας, η οποία ουσιαστικά συστηματοποίησε τη φιλοσοφική σκέψη και τον κριτικό στοχασμό που αναπτύχθηκαν στο παρελθόν γύρω από ζητήματα που αφορούσαν το λογοτεχνικό φαινόμενο. Στο συγκεκριμένο μάθημα προσεγγίζονται οι διάφορες σχολές/απόψεις που αναπτύσσονται σε αυτό το πεδίο:

Α) Κοινωνιολογικές θεωρίες.

Β) Θεωρίες της πρόσληψης.

Γ) Φορμαλιστικές θεωρίες.

Δ) Λογοτεχνία και επικοινωνία

Ε) Η θεωρία της λογοτεχνίας στην ψηφιακή εποχή.

Στο κέντρο της διερεύνησης τίθενται ερωτήματα που έχουν να κάνουν με τη μορφή και το νόημα του έργου τέχνης, τη γλώσσα της λογοτεχνίας και το πρόβλημα της ερμηνείας. Παράλληλα αναπτύσσεται και ο προβληματισμός για το τι είναι έργο τέχνης και ποιος αποφασίζει γι' αυτό.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

T. Eagleton, *Εισαγωγή στη Θεωρία της Λογοτεχνίας*, Αθήνα: Οδυσσεάς, 1989.

D. Fokkema-E. Ibsch, *Θεωρίες Λογοτεχνίας του Εικοστού Αιώνα*, Αθήνα: Πατάκης, 1997.

J. Culler, *Λογοτεχνική Θεωρία. Μια Συνοπτική Εισαγωγή*, Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 2000.

Εφαρμοσμένη Επικοινωνιακή Έρευνα | Μάρθα Μιχαηλίδου

Το μάθημα αποσκοπεί στην εξάσκηση των φοιτητών/τριών στη διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων και, με βάση αυτά, τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή συγκεκριμένων ερευνητικών σχεδίων μικρής κλίμακας στο χώρο των σπουδών επικοινωνίας και πολιτισμού, έτσι ώστε να αξιοποιήσουν τις γνώσεις που έχουν λάβει στα μαθήματα ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων του δεύτερου έτους για τη διερεύνηση συγκεκριμένων ερευνητικών ερωτημάτων.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Robson, C. 2007, *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*, Αθήνα: Δαρδανός
Byrne, D. and Ragin, C. (Eds) 2009, *The Sage Handbook of Case Based Methods*, London: Sage

Deacon, D. et al., 2007. *Researching communications: A practical guide to methods in media and cultural analysis*, New York: Bloomsbury

Φιλοσοφία της Μουσικής | Χαρίκλεια Τσοκανή

Αντικείμενο του μαθήματος είναι αφενός η προσέγγιση του μουσικού φαινομένου μέσα από την ιστορία του δυτικού πολιτισμού και αφετέρου η ανάλυση της δυτικής μουσικής και της σύγχρονης ηχητικής κουλτούρας υπό το πρίσμα μιας «πολιτικής οικονομίας του ήχου». Με τα εννοιολογικά εργαλεία κυρίως της κριτικής φιλοσοφίας του Th. Adorno, θα διερευνηθούν ορισμένες πλευρές του μουσικού φαινομένου στη μαζική κοινωνία : η συμπεριφορά του ακροατή στους χώρους της σύγχρονης μουσικής ψυχαγωγίας, ο ρόλος της νεολαίας στη διαμόρφωση του μουσικού καταναλωτικού προτύπου, η μουσική ως θέαμα, η χρήση του μουσικού «προϊόντος» στη μαζική κοινωνία, ο ρόλος των μηχανικών και ηλεκτρονικών

μέσων μετάδοσης της μουσικής στη διαμόρφωση της σύγχρονης μουσικής εμπειρίας , το νεανικό στυλ, οι υπο-κουλτούρες και τα ηχητικά εμβλήματα.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Τεοντόρ Αντόρνο, *Η φιλοσοφία της νέας Μουσικής*, εκδ. Νήσος, 2012.

Μπέρτραντ Ράσελ, *Τα προβλήματα της Φιλοσοφίας*, εκδ. Αρσενίδη, 2008.

Κέννεθ Κλάρκ, *Ιστορία του Δυτικού Πολιτισμού*, εκδ. νέα Σύνορα.

Εφαρμογές Σχεδιασμού Επιχειρηματικού Σχεδίου | Γεώργιος-Μιχαήλ Κλήμης

στο πλαίσιο του μαθήματος «Εφαρμογές Σχεδιασμού Επιχειρηματικού Σχεδίου», οι φοιτητές που θα έχουν ήδη παρακολουθήσει τις διαλέξεις του μαθήματος «Εισαγωγή στα Βασικά Συστατικά Στοιχεία της Επιχειρηματικότητας», θα χωρίζονται σε ομάδες των πέντε (5) ατόμων κατά προσέγγιση και θα καταρτίζουν Επιχειρηματικά Σχέδια. Η κάθε ομάδα θα έχει έναν επιβλέποντα μέντορα και θα κληθεί να καταθέσει φάκελο, ο οποίος θα περιλαμβάνει τη μελέτη όλων των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για τη δημιουργία επιχείρησης.

Ειδικότερα, για την πραγματοποίηση του Επιχειρηματικού Σχεδίου κάθε ομάδα, θα γίνουν δέκα (10) εβδομαδιαίες συναντήσεις εργασίας ανά ομάδα. Στη διάρκεια των συναντήσεων, οι οποίες θα γίνονται σε επίπεδο ομάδας εργασίας (work group) με τον ορισθέντα επικεφαλής μέντορα, θα αναλύονται και θα σχεδιάζονται τα συστατικά στοιχεία του προς σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου, θα ανατίθενται καθήκοντα και εργασίες προς εκτέλεση, θα αξιολογούνται τα παραδοτέα της προηγούμενης συνάντησης, θα επικαιροποιείται το πρόγραμμα δράσης της ομάδας (project plan) και γενικότερα θα παρακολουθείται η πρόοδος του έργου.

Στο τέλος του εξαμήνου, οι σπουδαστές θα αξιολογηθούν, κατά σαράντα τοις εκατό (40%) με βάση τη συμμετοχή τους από τους μέντορες, και κατά εξήντα τοις εκατό (60%) από την αξιολόγηση του επιχειρηματικού σχεδίου από την Επιστημονική Επιτροπή. Συμπληρωματικά στο τέλος του προγράμματος, σε ειδική εκδήλωση, θα βραβευθούν οι καλύτερες επιχειρηματικές προτάσεις.

Εργαστήριο Πολιτισμού VII | Έφη Φουντουλάκη

Το εργαστήριο αυτό αποτελεί καταρχάς θεματική συνέχεια του μαθήματος

Ιστορία της Τέχνης II του Ε' εξαμήνου.

Το φιλοσοφικό και μορφολογικό αδιέξοδο της τέχνης στο τέλος του 19ου αιώνα θα οδηγήσει στην έκρηξη των κινημάτων των αρχών του 20ού.

Αντιμετωπίζοντας το υπαρξιακό της αδιέξοδο η τέχνη είναι υποχρεωμένη ή να αναδιοργανωθεί ή να πεθάνει.

Τα μοντέρνα κινήματα του τέλους του 19ου αιώνα και των αρχών του 20ού εξετάζονται στο κοινωνικό και ιστορικό τους πλαίσιο αλλά επίσης αντιμετωπίζονται ως περιπέτεια της μορφής και άρα ως ανανέωση του διαλόγου με την τέχνη του παρελθόντος. Ο διάλογος αυτός εμπλουτίζεται ή διακόπτεται, παραμένοντας όμως ένας σημαντικός ερμηνευτικός άξονας. Παράλληλα, οι φοιτητές εισάγονται στον κόσμο της εικαστικής δημιουργίας μέσω επισκέψεων χώρων όπως μουσεία, πινακοθήκες, γκαλερί, με σκοπό την κατανόηση του στόχου της παρουσίασης των έργων. Η ανάλυση των κριτηρίων επιλογής των έργων που εκτίθενται, του τρόπου έκθεσής τους, καθώς και η μελέτη του άξονα που υιοθετήθηκε σε μια έκθεση μαρτυρούν το ιδεολογικό πλαίσιο, τον προβληματισμό και την ερμηνευτική στάση των διοργανωτών της, ενώ ταυτοχρόνως αποκαλύπτουν τις πολλαπλές λειτουργίες μιας έκθεσης.

Η αξιολόγηση των φοιτητών βασίζεται:

- α) στην παρουσία στα μαθήματα και τις επισκέψεις των εκθέσεων,
- β) σε γραπτή εξέταση του θεωρητικού μέρους του μαθήματος και
- γ) στην εκπόνηση τελικής εργασίας η οποία μπορεί να έχει ακαδημαϊκό χαρακτήρα ή δημιουργική μορφή.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Art in Theory 1900-1990, Blackwell Publishers Ltd., 1992.

Clement Greenberg, *Τέχνη και Πολιτισμός*, Νεφέλη, Αθήνα, 2007.

Arthur C. Danto, *Η μεταμόρφωση του κοινότοπου*, Μεταίχμιο, Αθήνα, 2004.

Εργαστήριο Πολιτισμού VIII | Ανδρομάχη Γκαζή

Το εργαστήριο αυτό αποτελεί συνέχεια του μαθήματος «Μελέτη και ερμηνεία υλικού πολιτισμού» του Ζ' εξαμήνου και αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητών/-τριών με το σύνολο των δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες κατά τη διαδικασία μελέτης, σχεδιασμού και οργάνωσης μιας έκθεσης σε μουσεία και άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς. Μέσα από τον συνδυασμό διαλέξεων και επισκέψεων σε επιλεγμένες εκθέσεις, την παρουσίαση παραδειγμάτων και την κατάθεση της επαγγελματικής εμπειρίας της διδάσκουσας ή προσκεκλημένων ομιλητών, αναλύεται – καταρχήν – σταδιακά όλη η

διαδικασία παραγωγής μιας έκθεσης από το στάδιο σύλληψης της αρχικής ιδέας μέχρι τη φάση της συνολικής αξιολόγησής της και παρουσιάζονται οι βασικές αρχές και η μεθοδολογία σχεδιασμού και οργάνωσης εκθέσεων. Η συζήτηση οργανώνεται γύρω από τις τρεις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν κάθε έκθεση: τα εκθέματα, τον χώρο και τους ανθρώπους/αποδέκτες. Στη συνέχεια, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές καλούνται να σχεδιάσουν και να οργανώσουν μια έκθεση σε κάποιο μουσείο ή πολιτιστικό ίδρυμα της Αθήνας έτσι, ώστε να μετουσιώσουν τη θεωρία σε πράξη και να μπορέσουν να ασκηθούν στις πραγματικές συνθήκες υλοποίησης ενός έργου. Οι φοιτητές αναλαμβάνουν όλους τους ρόλους που είναι απαραίτητοι για την υλοποίηση – βήμα προς βήμα – μιας έκθεσης και, παράλληλα, έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τις δυνάμεις τους δημιουργικά. Μέσα από την εκπόνηση της ομαδικής αυτής εργασίας, το εργαστήριο καλλιεργεί δεξιότητες συνεργασίας και ομαδικής δουλειάς και πνεύμα επαγγελματισμού. Μέχρι σήμερα έχουν οργανωθεί με μεγάλη επιτυχία έξι εκθέσεις: 1. «Βυζαντινές Επί-Σκέψεις. 21 φοιτητές παρεμβαίνουν στο Βυζαντινό Μουσείο», Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο Αθηνών, Ιούλιος 2008. 2. «Ο κύριος Σλήμαν δεν είναι εδώ», Νομισματικό Μουσείο / Ιλίου Μέλαθρον, Ιούλιος 2009. 3. «Στη σκηνή σε καλώ. Μεταμορφώσεις του αρχαίου θεάτρου: 6ος αι. π.Χ. – 21ος αι. μ.Χ.», πολυχώρος πολιτισμού «Αθηναίς», Ιούνιος 2010. 4. Μόνιμο έκθεμα «Η Αγορά» στο Παιδικό Μουσείο, Δεκέμβρης 2011. 5. «Πολιτική γελοιογραφία σε περιόδους κρίσης», πολυχώρος Pop up 123, Ιούλιος 2012 6. «Συγγρού 136», Πάντειο Παν/μιο, Ιούλιος 2013

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

- Lord, B. και Dexter-Lord, G. (eds). *The Manual of Museum Exhibitions*. Walnut Creek: Altamira Press, 2002.
- Dean, D. *Museum Exhibition. Theory and Practice*. London: Routledge, 1998.
- Γκαζή, Α. και Νικηφορίδου, Α. «Κείμενα για μουσεία και εκθέσεις. Σημασία, μεθοδολογία, μελέτη περίπτωσης», *Μουσειολογία*, 2, 2005.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VII | Νίκος Μπακουνάκης

Στο εργαστήριο αυτό δίνεται έμφαση στο πολυμεσικό ρεπορτάζ και στην εκτεταμένη αφήγηση (feature story). Οι φοιτητές θα εργαστούν για την πραγματοποίηση 1) βίντεο-ρεπορτάζ με κοινωνικό θέμα διάρκειας 3-4

λεπτών 2) εκτεταμένο ρεπορτάζ αφήγηση 3) μετατροπή του ρεπορτάζ αυτού σε cross-media αφήγηση για online μέσο.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Janet Kolodzy (2012), *Practicing Convergence Journalism: An Introduction to Cross-Media Story Telling*.

The Missouri Group (2007), *Telling the Story. The Convergence of Print, Broadcast and Online Media*.

Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VIII | Μαρίνα Ρήγου

Εργαστήριο πολυμεσικής δημοσιογραφίας - multimedia journalism

Στόχος του εργαστηρίου είναι η άσκηση των φοιτητών της κατεύθυνσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στις τεχνικές της πολυμεσικής δημοσιογραφίας και στη δημιουργία των νέων αφηγηματικών τεχνικών που εφαρμόζονται στις ψηφιακές πλατφόρμες. Στο πλαίσιο αυτό αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των νέων μέσων, παρουσιάζονται τα ζητήματα της διαδικτυακής δημοσιογραφίας και οι μέθοδοι δημοσιογραφικής έρευνας στο νέο ψηφιακό περιβάλλον. Οι φοιτητές διδάσκονται τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών για την παραγωγή ενημερωτικού πολυμεσικού περιεχομένου, ασκούμενοι παράλληλα στη λήψη και επεξεργασία φωτογραφίας, ήχου και βίντεο με τη χρήση ψηφιακών μέσων και προγραμμάτων επεξεργασίας εικόνας, ήχου και βίντεο.

Ενδεικτική βιβλιογραφία:

Bowman, Shayne/Willis, Chris: *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, The Media Center at the American Press Institute

Briggs Mark: *Journalism 2.0. How to survive and thrive – A digital literacy guide for the information age*, An initiative of J-Lab and the Knight Citizen News Network, http://www.kcnn.org/images/uploads/Journalism_20.pdf

Briggs, Mark, *JournalismNext: a practical guide to digital reporting and publishing*, CQ Press, Washington DC 2010

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII | Μπέττυ Τσακαρέστου

Διαχείριση Κρίσεων

Συνεργάτης: Μάνια Ξένου, Διευθύνουσα Σύμβουλος Reliant Communications,

Συνδιδάσκουσα: Μπέττυ Τσακαρέστου

Οι φοιτητές του εργαστηρίου Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων του Παντείου Πανεπιστημίου διδάσκονται την μεθοδολογία της Διαχείρισης Κρίσεων ακριβώς, όπως χρησιμοποιείται διεθνώς στην εκπαίδευση τόσο της Διοίκησης όσο και των στελεχών Οργανισμών του Δημοσίου, του Ιδιωτικού και του Κοινωνικού τομέα. Οι φοιτητές διδάσκονται να αναγνωρίζουν την κρίση, να την αξιολογούν κατάλληλα, να προσδιορίζουν τα όριά της και να την αντιμετωπίζουν με επιτυχία.

Η Δομή του μαθήματος της Διαχείρισης Κρίσεων περιλαμβάνει τρία στάδια σχεδιασμού. Τις ενέργειες πριν την κρίση, τις ενέργειες κατά τη διάρκεια της κρίσης και τη λήξη της κρίσης.

Στο πρώτο στάδιο, στις ενέργειες πριν από την κρίση εξετάζεται το διεθνές αλλά και το τοπικό περιβάλλον, ώστε να κατανοηθούν οι έντονες συγκρούσεις που προκύπτουν καθημερινά και ορίζεται η δυναμική της κρίσης, η οποία περιλαμβάνει σχετική κλίμακα περιστατικών καθώς και την κλίμακα των κρίσεων. Επίσης εξηγείται η σημασία της σωστής προετοιμασίας, η ανάπτυξη ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων, η κατανόηση του περιβάλλοντος των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας καθώς και τα χαρακτηριστικά της Κοινής Γνώμης.

Στο δεύτερο στάδιο αναλύονται οι πρώτες ώρες χειρισμού, η αξιολόγηση της απειλής αλλά και του κινδύνου, η διαχείριση του κοινού που επηρεάζεται από την κρίση και η αποτελεσματική επικοινωνία με τα MME.

Τέλος, εξηγείται η σημασία της λήξης κάθε κρίσης και η αξιολόγηση των χειρισμών.

Στη διάρκεια του μαθήματος αναλύονται και ανάλογα case studies.

Το μάθημα ολοκληρώνεται με άσκηση προσομοίωσης βασισμένη σε πιθανό σενάριο. Blog μαθήματος <http://crisisandresponsibility.blogspot.gr/>

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VIII | Δήμητρα Ιορδάνογλου

Αναπτύσσοντας νέους ηγέτες: Νέες δεξιότητες για το σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον

Διδάσκουσα: Δήμητρα Ιορδάνογλου

Σε ένα ραγδαία μεταβαλλόμενο εργασιακό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα και υψηλές απαιτήσεις και πιέσεις, οι νέοι εργαζόμενοι χρειάζεται να προετοιμαστούν κατάλληλα ώστε, όχι μόνο να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που έρχονται, αλλά και να γίνουν φορείς θετικής αλλαγής στους χώρους εργασίας.

Το εργαστηριακό αυτό μάθημα στοχεύει να γίνει μία κυψέλη δημιουργικότητας και καινοτομίας που θα προετοιμάσει τους αυριανούς ηγέτες, βοηθώντας τους να αναπτύξουν ικανότητες αυτοελέγχου, επικοινωνίας, διαχείρισης στρες και χρόνου, λήψης αποφάσεων, διαχείρισης συγκρούσεων και συνεργασίας σε ομάδες (πραγματικές ή εικονικές). Η μεθοδολογία του μαθήματος βασίζεται στις αρχές της βιωματικής μάθησης και περιλαμβάνει, ασκήσεις ατομικές και ομαδικές για την συνειδητοποίηση συναισθημάτων, σκέψεων και συμπεριφορών ερωτηματολόγια αυτοαξιολόγησης, βιωματικές δραστηριότητες για την εξάσκηση στις επιθυμητές συμπεριφορές και παιχνίδια ρόλων μέσα από τα οποία οι φοιτητές/τριες μαθαίνουν τρόπους να επικοινωνούν ανοιχτά και ξεκάθαρα ώστε να εργάζονται και να συνεργάζονται πιο αποτελεσματικά. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην ανάπτυξη ηγετικών ικανοτήτων με βάση τα ευρήματα των ερευνών για τον εγκέφαλο και την εφαρμογή τους στην ανθρώπινη συμπεριφορά όπως μελετώνται από το νέο επιστημονικό πεδίο της *νευροηγεσίας*.

Ολοκληρωμένη επικοινωνία (integrated communication) και δημόσιες σχέσεις

Συνεργάτης: Γιώργος Φλέσσας, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Civitas

Στο πρώτο τμήμα του μαθήματος εξηγούνται αναλυτικά οι ορισμοί των λειτουργιών της ολοκληρωμένης επικοινωνίας (above the line, below the line & through the line communication) και των δημοσίων σχέσεων. Γίνεται επίσης συγκριτική παρουσίαση των παραπάνω στο ευρωπαϊκό και ελληνικό περιβάλλον. Στη συνέχεια αναλύεται η αρχιτεκτονική ενός ολοκληρωμένου προγράμματος επικοινωνίας, η μεθοδολογία, οι στόχοι, η στρατηγική, τα μηνύματα, οι ενδεικτικές ενέργειες και οι επιμέρους τακτικές υλοποίησης του, σε offline και σε digital περιβάλλον.

Στο δεύτερο τμήμα των παραδόσεων παρουσιάζονται αναλυτικά παραδείγματα και case studies ολοκληρωμένων εκστρατειών επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων σε εταιρικό (corporate), σε brand και CSR επίπεδο. Στο τρίτο τμήμα των παραδόσεων δίνονται πρακτικές ασκήσεις – προβλήματα στους φοιτητές, τα οποία αφού μελετηθούν παρουσιάζονται και αξιολογούνται. Στο τέταρτο τμήμα, περιγράφονται η δομή και η λειτουργία των εταιριών επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων και των τμημάτων της επικοινωνίας των μεγάλων εταιριών. Ακόμη, παρουσιάζονται τα προσόντα και οι δεξιότητες που πρέπει να έχουν τα σύγχρονα στελέχη της επικοινωνίας.

ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ



Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού συμμετέχει στην πράξη «Πρακτική Άσκηση Παντείου Πανεπιστημίου», και συνεργάζεται με επιχειρήσεις/φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την Πρακτική Άσκηση των φοιτητών και φοιτητριών του. Αντικείμενο της Πρακτικής Άσκησης είναι η μαθητεία τους σε θεματικές ενότητες σχετικές με το γνωστικό αντικείμενο των σπουδών τους.

Το πρόγραμμα της πρακτικής άσκησης (που συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση-Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και από Εθνικούς Πόρους), απευθύνεται στους φοιτητές του Τμήματος που έχουν ολοκληρώσει τα οκτώ εξάμηνα σπουδών τους και επιθυμούν να εργασθούν σε φορείς με τους οποίους συνεργάζεται το Τμήμα (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς σταθμούς, διαφημιστικές εταιρείες, εκδοτικούς οίκους, πολιτιστικά τμήματα των Δήμων, κ.ά.) αποκτώντας έτσι και την ανάλογη εμπειρία. Έχει διάρκεια τριών μηνών και για τους συμμετέχοντες προβλέπεται αμοιβή.

Το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης δεν είναι υποχρεωτικό. Περιλαμβάνεται στα μαθήματα επιλογής του Η' Εξαμήνου όλων των κατευθύνσεων και όσοι συμμετάσχουν, εφόσον εν τω μεταξύ δεν ολοκληρώσουν τις σπουδές τους, δεν βαθμολογούνται, αλλά πιστώνονται με 3 διδακτικές μονάδες.

Η περίοδος εφαρμογής του Προγράμματος Πρακτικής Άσκησης εξαρτάται από τη Διαχειριστική Αρχή του Υπ. Παιδείας. Η πρακτική άσκηση που εγκρίθηκε από το Υπουργείο αφορά τη διετία 2010-2012 με δυνατότητα παράτασης του προγράμματος έως το 2015.

Συνεργαζόμενοι φορείς ανά κατεύθυνση σπουδών

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
EPT	Εκπαιδευτική Ραδιοτηλεόραση	Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης
Δορυφορική EPT	Action Aid	Μουσείο Γουλανδρή Κυκλαδικής Τέχνης
Τα Νέα	Ινστιτούτο Επικοινωνίας	Εκδόσεις Καλειδοσκόπιο
Το Βήμα online	Civitas	Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Αθηνόραμα	Advocate	Κινηματογραφική Εταιρεία Διανομής ODEON
ΣΚΑΙ Ραδιόφωνο-Τηλεόραση	Diageo	Παιδικό Μουσείο
Αθήνα 9.84	Eurobank	Αθηνόραμα
Ρεπορτάζ χωρίς Σύνορα	Mellon	Περιοδικό Σινεμά
Star Channel	Universal	Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
Εκπομπή «Πρωταγωνιστές»	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών	Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών
Ραδιοφωνικός σταθμός Flash	Creative	Εθνική Πινακοθήκη
Ίδρυμα της Βουλής	Focus	Υπουργείο Εξωτερικών Διεύθυνση Μορφωτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων
Εφημερίδα Καθημερινή	Olympic DDB	Υπουργείο Πολιτισμού, Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς
Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης	Mellon Adidas.	Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτισμού και Εκπαίδευσης
National Geographic	ΚΕΘΕΑ	Ελληνικό Φεστιβάλ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERASMUS

Το Πάντειο Πανεπιστήμιο συμμετέχει στο πρόγραμμα ανταλλαγής φοιτητών της Ε.Ε. Erasmus από το 1987 με μετακινήσεις σπουδαστών και διδακτικού προσωπικού. Πρόσφατα η ένταξη του Παντείου Πανεπιστημίου στον Εκτεταμένο Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Χάρτη Έρασμος (Extended European Erasmus University Charter) απέδωσε τη δυνατότητα στο Πανεπιστήμιο μας να δρα περαιτέρω και σε προγράμματα πρακτικής άσκησης και επιμόρφωσης, εκτός της κινητικότητας φοιτητών και διδασκόντων, εξασφαλίζοντας, μετά από αξιολόγηση, την συνέχιση της συνεργασίας του Παντείου με ιδρύματα και επιχειρήσεις του εξωτερικού για τα έτη 2007-2013.

Το πρόγραμμα παρέχει οικονομική ενίσχυση στους μετακινούμενους φοιτητές με σκοπό την κάλυψη μέρους των πρόσθετων δαπανών που συνεπάγονται οι σπουδές σε ένα άλλο κράτος όπως είναι τα έξοδα ταξιδιού, τα έξοδα γλωσσικής προετοιμασίας στη χώρα υποδοχής, οι επιπλέον δαπάνες λόγω διαφοράς κόστους ζωής, οι πρόσθετες δαπάνες λόγω διαφορετικών συνθηκών σπουδών. Τα χορηγούμενα ποσά διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Η οικονομική ενίσχυση δεν αναστέλλει την παροχή εθνικής υποτροφίας δανείου ή ενίσχυσης. Φοιτητές που έχουν λάβει οικονομική ενίσχυση για κινητικότητα σε ένα άλλο Πανεπιστήμιο από το Πρόγραμμα LLP/ERA-STUDIES έχουν τη δυνατότητα να λάβουν επιπλέον και οικονομική ενίσχυση για πρακτική άσκηση από το Πρόγραμμα LLP/ERA-PLACEMENTS.

