



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού



Προπτυχιακές Σπουδές

Οδηγός Ακαδημαϊκού Έτους 2020-2021

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού.....	3
Ιστορία	3
Στόχοι	3
Δομή.....	3
Δραστηριότητες	4
Διοίκηση.....	4
Διδακτικό προσωπικό	5
Τα Εργαστήρια του Τμήματος	7
Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης	7
Εργαστήριο Δημοσιογραφίας.....	7
Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων.....	8
Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών και Ερευνητική Ομάδα GameLab.....	10
Πρόγραμμα σπουδών ακαδημαϊκού έτους 2020-2021	11
Α΄ Εξάμηνο	11
Β΄ Εξάμηνο	12
Γ΄ Εξάμηνο.....	12
Δ΄ Εξάμηνο	13
Ε΄ Εξάμηνο	14
Ζ΄ Εξάμηνο	17
Η΄ Εξάμηνο.....	19
Παράμετροι λήψης πτυχίου	22
Παρουσίαση μαθημάτων	25
Α΄ Εξάμηνο	25
Β΄ Εξάμηνο	28
Γ΄ Εξάμηνο.....	33
Δ΄ Εξάμηνο	36
Ε΄ Εξάμηνο	40
ΣΤ΄ Εξάμηνο.....	47
Ζ΄ Εξάμηνο	55
Η΄ Εξάμηνο.....	63
410139. Πτυχιακή εργασία.....	68
410163. Πρακτική Άσκηση.....	69

Το Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού

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

Στόχοι του Τμήματος είναι:

1. 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
2. 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.

Δομή

Το Τμήμα 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 φοιτήτριες και 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». Από το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016 το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Επικοινωνία, Μέσα και Πολιτιστική Διαχείριση» προσφέρει τις εξής κατευθύνσεις:

- Πολιτιστική διαχείριση
- Επικοινωνία και ρητορική των μέσων
- Κοινωνία της πληροφορίας, μέσα και τεχνολογία

Δραστηριότητες

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές του Τμήματος δραστηριοποιούνται παραγωγικά στον 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, διαγωνισμούς για start up επιχειρηματικότητα και κοινωνική καινοτομία, 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).

Από το 2015, το Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών συμμετέχει στο συνεργατικό σχηματισμό g-cluster του Corallia, που ειδικεύεται στη δημιουργία ψυχαγωγικού λογισμικού.

Γενικότερα, το Τμήμα οργανώνει επιστημονικά συνέδρια, συμπόσια, ημερίδες και εκθέσεις, και συμμετέχει στην πνευματική ζωή της χώρας.

Διοίκηση

Κοσμήτορας Σχολής Διεθνών Σπουδών, Επικοινωνίας & Πολιτισμού
Καθηγητής Χαρίσιος Ταγαράς

Πρόεδρος Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού
Αναπληρώτρια καθηγήτρια Ανδρομάχη Γκαζή

Αναπληρώτρια πρόεδρος
Καθηγήτρια Ελισάβετ Αρσενίου

Διευθυντές Τομέων

- Τομέας Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης: Επίκουρη καθηγήτρια Χρυσάνθη Αυλάμη

- Τομέας Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης: Αναπληρώτρια καθηγήτρια Μπέττυ-Παναγιώτα Τσακαρέστου

Διευθύντρια ΠΜΣ «Επικοινωνία, Μέσα και Πολιτιστική Διαχείριση»
Αναπληρώτρια καθηγήτρια Μαριάννα Ψύλλα

Αναπληρώτρια διευθύντρια ΠΜΣ «Επικοινωνία, Μέσα και Πολιτιστική Διαχείριση»
Επίκουρη καθηγήτρια Μάρθα Μιχαηλίδου

Γραμματεία Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού
Δημήτρης Καραλής, αναπληρωτής γραμματέας
Νίκη Κονίδα, εξυπηρέτηση προπτυχιακών φοιτητών
Βίκυ Θεοδώρου, εξυπηρέτηση μεταπτυχιακών φοιτητών & υποψηφίων διδασκόντων

Διδακτικό προσωπικό

Καθηγητές

Αρσενίου Ελισάβετ	<i>Νεοελληνική φιλολογία</i>
Κακαβούλια Μαρία	<i>Ρητορική, Υφολογία, Αφηγηματολογία</i>
Κλήμης Γεώργιος-Μιχαήλ	<i>Διοίκηση και Marketing</i>
Λέανδρος Νικόλαος	<i>Οικονομικά με ειδίκευση στην Οικονομία των Μέσων</i>
Μπακουνάκης Νικόλαος	<i>Πρακτική της Δημοσιογραφίας και Τεχνικές Αφήγησης</i>
Σκαρπέλος Γιάννης	<i>Εικόνα, Επικοινωνία, Πολιτισμός</i>

Αναπληρωτές καθηγητές

Γκαζή Ανδρομάχη	<i>Μουσειολογία</i>
Κική Ιωάννα	<i>Δίκαιο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης</i>
Λοβέρδος Ανδρέας	<i>Συνταγματικό Δίκαιο (σε αναστολή καθηκόντων)</i>
Παραδείση Μαρία	<i>Ιστορία του Κινηματογράφου</i>
Τσακαρέστου Μπέττυ-Π/γιώτα	<i>Διαφήμιση & Δημόσιες Σχέσεις</i>
Ψύλλα Μαριάννα	<i>Πολιτική Επικοινωνία & Ανάλυση του Πολιτικού Λόγου</i>

Επίκουροι καθηγητές

Αυλάμη Χρυσάνθη	<i>Νεώτερη & Σύγχρονη Ιστορία</i>
Βατικιώτης Παντελής	<i>Νέα μέσα και δημοσιογραφία</i>
Βώβου Ιωάννα	<i>Κοινωνία & Μαζική Επικοινωνία</i>
Γαζή Αγγελική	<i>Ψηφιακές μέθοδοι και επιστήμη των πληροφοριών στην επικοινωνία και τον πολιτισμό</i>
Ιορδάνογλου Δήμητρα	<i>Θεωρία της Οργάνωσης & Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων</i>
Καββαθάς Διονύσιος	<i>Φιλοσοφία και Αισθητική των Μέσων</i>
Κόκκορη Πατρίσια	<i>Αγγλική Δημιουργική Γραφή με ειδίκευση στη Συγκριτική Θεατρολογία</i>

Μιχαηλίδου Μάρθα

*Μέθοδοι και Τεχνικές Κοινωνικής Έρευνας με έμφαση στην
Επικοινωνιακή Έρευνα*

Μέλη ΕΔΙΠ

Καπερώνης Σταύρος
Ντούνας Δημήτριος

*Νέα Μέσα, Επικοινωνία και Διοίκηση
Τεχνολογίες της πληροφορίας και επικοινωνιών
στη διδακτική και μαθησιακή διαδικασία*

Ομότιμοι καθηγητές

Ανδρεάδης Ιωάννης
Βέλτσος Γεώργιος
Γιαλλουρίδης Χριστόφορος
Δημηρούλης Δημήτρης
Ποταμιάνος Δημήτριος†
Τσιβάκου Ιωάννα

Αφυπηρετήσαντες καθηγητές

Ζέρη Περσεφόνη
Τσοκανή Χαρίκλεια
Φουντουλάκη Έφη

Διατελέσαντες καθηγητές

Βουδούρη Δάφνη†
Δάλλας Κωστής
Ψυχογιός Δημήτρης

Τα Εργαστήρια του Τμήματος

Στο Τμήμα λειτουργούν τρεις κατευθύνσεις από το Ε' εξάμηνο σπουδών και μετά:

- Κατεύθυνση Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης - Εργαστήριο Πολιτισμού
- Κατεύθυνση Μέσα Επικοινωνίας - Εργαστήριο Δημοσιογραφίας
- Κατεύθυνση Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων - Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημόσιων Σχέσεων

Η επιλογή Κατεύθυνσης (από το Ε' εξάμηνο και μετά) αντιστοιχεί με την υποχρεωτική επιλογή δύο (2) Εργαστηρίων Κατεύθυνσης ανά εξάμηνο.

Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης

Υπεύθυνη: Αναπληρώτρια καθηγήτρια Ανδρομάχη Γκαζή

Το Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης απευθύνεται στις φοιτήτριες και στους φοιτητές που τα επιστημονικά ή επαγγελματικά ενδιαφέροντά τους αφορούν το πεδίο του πολιτισμού. Στόχος του είναι να τις/τους εξοικειώσει με τους κατευθυντήριους άξονες και τις προτεραιότητες της δουλειάς σε ένα ευρύ πεδίο που αφορά τις τέχνες (θέατρο, κινηματογράφο, μουσική, εικαστικά), την πολιτισμική κληρονομιά (χώροι πολιτισμικής αναφοράς, μουσεία, πολιτιστικά ιδρύματα) και τις πολιτιστικές βιομηχανίες. Παράλληλα, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές εξοικειώνονται με τη διαδικασία διοργάνωσης εκδηλώσεων (events management) και προσέλκυσης πόρων (fundraising), καθώς και με ζητήματα πολιτιστικής επικοινωνίας. Τα τελευταία χρόνια το Εργαστήριο δίνει έμφαση 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 τις φοιτήτριες και 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 φοιτητριών/-ών 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 Δημοσιογραφίας

Υπεύθυνος: Επίκουρος καθηγητής Παντελής Βατικιώτης

Το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας του Τμήματος ανήκει στον Τομέα Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και απευθύνεται στις φοιτήτριες και 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 στις φοιτήτριες και στους φοιτητές του. Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας ασκούνται μόνον όσες/όσες/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 όσες/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 φοιτήτριες και 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 φοιτήτριες και οι φοιτητές διδάσκονται τις επικοινωνιακές τεχνικές των έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων. Η διδασκαλία είναι βωρη 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 *Sprat*, άμεσα συνδεδεμένος με το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας. Το πρόγραμμα παράγεται εξ ολοκλήρου από τους φοιτητές και εντάσσεται στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων

Υπεύθυνη: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Μπέττυ-Παναγιώτα Τσακαρέστου

Το Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων (#ADandPRLAB) λειτουργεί από το 1993 και έχει όραμα να εμπνεύσει και να εκπαιδεύσει τα μελλοντικά δημιουργικά μυαλά και ταλέντα στη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, το στρατηγικό design και τη δημιουργικότητα, το impact storytelling, την ψηφιακή καινοτομία και τη startup επιχειρηματικότητα με θετικό αποτύπωμα

(impact). Συνδυάζει την διεπιστημονική προσέγγιση παρακολουθώντας τις διεθνείς εξελίξεις στις τεχνολογίες και τις βέλτιστες πρακτικές στην επικοινωνία.

Καλλιεργεί μια κουλτούρα πνευματικής και δημιουργικής περιέργειας, πειραματισμού και συνεργασίας σε όλες τις πτυχές της ακαδημαϊκής, της επαγγελματικής και κοινωνικής ζωής. Ακολουθώντας ένα εκπαιδευτικό μοντέλο συν-δημιουργίας και μέσω στρατηγικών συνεργασιών με ένα ευρύ δίκτυο ειδικών από όλα το φάσμα της επικοινωνίας, των επιχειρήσεων, του startup οικοσυστήματος, των ψηφιακών μέσων και των immersive/ mobile τεχνολογιών, οι φοιτητές του εργαστηρίου έχουν την ευκαιρία να σκεφτούν και να ασκηθούν σε πραγματικά ζητούμενα και προκλήσεις και μέσα στο πλαίσιο των Παγκόσμιων Στόχων του ΟΗΕ.

Το εργαστήριο έχει αναπτύξει ένα εξειδικευμένο πρόγραμμα team coaching με στόχο τη βελτίωση της ομαδικής συνεργασίας και της διαχείρισης συγκρούσεων μέσω συνεχούς coaching και mentoring στις ομάδες του Εργαστηρίου

Οι απόφοιτοι του Εργαστηρίου δραστηριοποιούνται και διακρίνονται στην Ελλάδα και διεθνώς στους τομείς της εφαρμοσμένης επικοινωνίας, του μάρκετινγκ, των ψηφιακών μέσων και παραγωγής περιεχομένου ή εκκινούν δικά τους νεανικά καινοτόμα startup εγχειρήματα συνδεδεμένα συχνά με την τεχνολογική και κοινωνική καινοτομία.

Το Εργαστήριο έχει αναπτύξει διεθνείς συνεργασίες με ακαδημαϊκά ιδρύματα σε ΗΠΑ, Ευρώπη, Ασία και Αφρική, αξιοποιώντας εκπαιδευτικές-ερευνητικές συνεργασίες, το πρόγραμμα Erasmus+ , και τη συνεργασία με πρεσβείες και ιδρύματα. Ειδικότερα, έχουν αναπτυχθεί συνεργασίες με το Copenhagen Business School, CUNY Center for Entrepreneurial Journalism, Ohio University, Alberto Hurtado University, Chile, UCU, Uganda, Centre for Journalism & Mass Communication Visva-Bharati, India.

Οι ερευνητικές δραστηριότητες του Εργαστηρίου εκτείνονται από διαφήμιση, τις καταναλωτικές πρακτικές ως τη διαχείριση κρίσεων, τη νευρογεσία (neuroleadership), τα social media, την startup επιχειρηματικότητα, τις συνεργατικές αξίες και τις πρακτικές διαμοιρασμού με την έρευνα «Mobile Generation Next.» Συμμετείχε επίσης στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα Young Leaders: Developing and Enhancing Leadership Skills for Young Managers in Times of Crisis.

Το εργαστήριο υλοποιεί και συμμετέχει σε δράσεις εξωστρέφειας και σε δίκτυα καινοτομίας. Διοργανώνει Startup Weekends, εργαστήρια συν-δημιουργίας και design thinking, προσομοιώσεις διαχείρισης κρίσεων, συμμετέχει σε ελληνικούς και διεθνείς διαγωνισμούς επικοινωνίας και επιχειρηματικότητας. Είναι μέλος του ΣΕΚΕΕ (Mobile Cluster) και έχει συμμετάσχει στην επίσημη ελληνική αποστολή στο Mobile World Congress μεταξύ 2013-2016. Έχει υπογράψει μνημόνια συνεργασίας με: Antenna Music, Velocity Partners VC, Digital Communication Network SEE.

Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών και Ερευνητική Ομάδα GameLab

Υπεύθυνος: Καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος

Το Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών (ΕΝΤ) άρχισε να λειτουργεί 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 στις φοιτήτριες και στους φοιτητές στο χώρο των ΜΜΕ, της πολιτιστικής διαχείρισης, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων. Από το ακαδημαϊκό έτος 2016-2017 εισήχθη στο προπτυχιακό πρόγραμμα του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού το μάθημα «Παιχνίδι και Επικοινωνία».

Πλέον, το Εργαστήριο έχει κυρίως ερευνητικό προσανατολισμό και το έργο του 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. Ακόμη, ασχολείται με την εξόρυξη, επεξεργασία και ανάλυση μεγάλων δεδομένων στο χώρο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του πολιτισμού, την οπτικοποίηση δεδομένων, και τις ψηφιακές κοινωνικές επιστήμες.

Από το 2010 η ενασχόληση με τα παιχνίδια είναι συστηματική, με τη δημιουργία της ερευνητικής ομάδας Gamelab. Σε αυτό το πλαίσιο έχει δημιουργηθεί το Alternate Reality Game «*The Trail*», και το υβριδικού serious game «*Πλανήτης Dewey*» (σε συνεργασία με τη Βιβλιοθήκη του Ιδρύματος Ευγενίδου, τη Βιβλιοθήκη του Παντείου Πανεπιστημίου, και του Studio Gameness Monster). Πρόσφατα ολοκληρώθηκε η alpha version του παιχνιδιού «*(Dis)order*» με θέμα τις αγχώδεις διαταραχές, με τη συνεργασία των πρωτοετών φοιτητών του Τμήματος. Τα παιχνίδια του Εργαστηρίου έχουν παρουσιαστεί σε διάφορα συνέδρια, ενώ η ανάλυση του «*The Trail*» έχει περιληφθεί στον πρώτο συλλογικό τόμο για Alternate Reality Games. Ακόμη, σε συνεργασία με το ΠΜΣ «Επικοινωνία, Μέσα και Πολιτιστική Διαχείριση» έχουν εκπονηθεί διπλωματικές εργασίες και μία διδακτορική διατριβή, ενώ άλλες δύο βρίσκονται στη διαδικασία εκπόνησης.

Το εργαστήριο συμμετέχει στο πρόγραμμα *Καινοτομώ* για την έρευνα στο πεδίο του τουρισμού, δημιουργία του storytelling και ενός σεναρίου παιγνιοποίησης για τη δημιουργία βιωματικών εμπειριών στον πολιτιστικό τουρισμό μέσω εφαρμογής κινητών συσκευών. Ιδρυτής και Διευθυντής του Εργαστηρίου Νέων Τεχνολογιών είναι ο Καθηγητής Γιάννης Σκαρπέλος.

Πρόγραμμα σπουδών ακαδημαϊκού έτους 2020-2021

Α΄ Εξάμηνο

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ					
<i>Επιλέγονται πέντε (5) μαθήματα ή τέσσερα Υ.Ε. & ένα (1) μάθημα από τις άλλες κατηγορίες.</i>					
	Κωδικό	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ.	ECTS	Διδάσκων/-ουσα
1	410114	Εισαγωγή στις σπουδές των Μέσων	3	6	Ι. Βώβου
2	410228	Εισαγωγή στη δημοσιογραφία	3	6	Λ. Παπαδοπούλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)
3	410270	Εισαγωγή στον πολιτισμό και τις πολιτισμικές σπουδές	3	6	Μ. Μιχαηλίδου Συνεργάτες: Σ. Δαργωνάκη, Χ. Ξένος, Ε. Πανδιά (Υποψ. Διδ. Τμήματος)
4	410099	Η/Υ - Εισαγωγή στην πληροφορική	3	6	Δ. Ντούνας (ΕΔΙΠ)
5	410167	Εισαγωγή στην πολιτική οικονομία <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 20-21</i>	3	6	Ν. Λέανδρος
6	410286	Παιχνίδι και επικοινωνία	3	6	Γ. Σκαρπέλος Συνεργάτες: Ε. Πανδιά (Υποψ. Διδ. Τμήματος) Ε. Ροϊνιώτη (Μεταδιδάκτορας Τμήματος)
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ-ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΓΛΩΣΣΑΣ - ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΛΛΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ (ΜΕΤ)					
(ΠΡΟΣΟΧΗ: Επιλέγεται <u>ΜΟΝΟ μέχρι ένα</u> από τα κάτωθι)					
7α	410943	Γλώσσα ειδικότητας στις κοινωνικές επιστήμες: <i>Γαλλικά</i> [Τμήμα Ξένων Γλωσσών]	3	6	Μ. Συντιχάκη
7β	410945	Γλώσσα ειδικότητας στις κοινωνικές επιστήμες Ι: <i>Ιταλικά</i> [Τμήμα Ξένων Γλωσσών]	3	6	Ν. Δανέζης & Α. Παπαμελέτη
8	410277	Εισαγωγή στη διεθνή πολιτική	3	6	Α. Γκόφας, Γ. Ευαγγελόπουλος, Κ. Κολλιόπουλος (Τμ. ΔΕΠΣ)
9	410295	Εισαγωγή στη Νεοελληνική κοινωνία	3	6	Σπ. Σακελλαρόπουλος (Τμ. Κοινωνικής Πολιτικής)

10	MET 6225	Ψυχολογία των διαπροσωπικών σχέσεων I	3	6	Π. Κορδούτης (Τμ. Ψυχολογίας)
Προσοχή! Τα μαθήματα MET δεν θα εμφανίζονται ως οφειλόμενα στο επόμενο ακαδ. έτος.					

Β' Εξάμηνο

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ					
<i>Επιλέγονται πέντε (5) μαθήματα ή τέσσερα Υ.Ε. & ένα (1) μάθημα από τις άλλες κατηγορίες</i>					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ECTS	Διδάσκων/-ουσα
1	410154	Εισαγωγή στη νεότερη και σύγχρονη ιστορία	3	6	Χρ. Αυλάμη
2	410202	Οργάνωση και διοίκηση	3	6	Δ. Ιορδάνογλου
3	410220	Σπουδές οπτικού πολιτισμού	3	6	Ι. Σκαρπέλος
4	410082	Η/Υ - Εισαγωγή στην επιστήμη του ιστού: Τεχνολογίες, υπηρεσίες, εφαρμογές	3	6	Δ. Ντούνας (ΕΔΙΠ)
5	410308	Συγγραφή ακαδημαϊκών κειμένων	3	6	Ε. Αρσενίου
6	410118	Οργάνωση του κράτους	3	6	Ι. Κική
7	410323	Εισαγωγή στην κυβερνοψυχολογία	3	6	Α. Γαζή
8	410291	Ψυχολογικές θεωρίες των μέσων	3	6	Χ. Ράπτης (Διδάσκων ΕΣΠΑ)
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ - ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΛΛΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ (MET)					
9	MET 6242	Ψυχολογία των διαπροσωπικών σχέσεων II			Π. Κορδούτης (Τμ. Ψυχολογίας)
Προσοχή! Τα μαθήματα MET δεν θα εμφανίζονται ως οφειλόμενα στο επόμενο ακαδ. έτος.					

Γ' Εξάμηνο

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ					
<i>Επιλέγονται πέντε (5) μαθήματα ή τέσσερα Υ.Ε. & ένα (1) μάθημα από τις άλλες κατηγορίες.</i>					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ECTS	Διδάσκων/-ουσα
1	410005	Πολιτική κοινωνιολογία	3	6	Μ. Ψύλλα
2	410227	Αρχές μάρκετινγκ: Προϊόντα,	3	6	Γ.Μ. Κλήμης

		υπηρεσίες, πολιτισμός			
3	410165	Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας	3	6	Μ. Μιχαηλίδου
4	410091	Ιστορία του κινηματογράφου Ι	3	6	Μ. Παραδείση
5	410913	English language for Media and Communication *	3	6	Π. Κόκκορη Ρ. Kokkori
6	410257	Εισαγωγή στη μουσειολογία <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 20-21.</i>	3	6	Α. Γκαζή
7	410316	19 ^{ος} - 20ός αι. Κινήματα στη διεθνή τέχνη και στη λογοτεχνία	3	6	Ε. Αρσενίου
8	410322	Sociology of the internet*	3	6	Π. Βατικιώτης Ρ. Vatikiotis
* Τα μαθήματα προσφέρονται και στις φοιτήτριες και στους φοιτητές ERASMUS The course is also open to ERASMUS students					

Δ' Εξάμηνο

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ					
Επιλέγονται πέντε (5) μαθήματα					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ΕC TS	Διδάσκων/- ουσα
1	410219	Επικοινωνία και γλώσσα, Ι	3	6	Μ. Κακαβούλια
2	410914	English language for cultural studies*	3	6	Π. Κόκκορη Ρ. Kokkori
3	410216	Introduction to advertising and public relations*	3	6	Μπ. Τσακαρέστου Β. Tsakarestou
4	410107	Ιστορία του κινηματογράφου ΙΙ	3	6	Μ. Παραδείση
5	410079	Ζητήματα σύγχρονης επικοινωνίας			Ι. Βώβου
6	410285	Κράτος και Σύνταγμα	3	6	Ξ. Κοντιάδης - Φ. Παναγοπούλου (Τμ. Δημόσιας Διοίκησης)
7	410140	Φιλοσοφία των Μέσων	3	6	Δ. Καββαθάς
8	410321	Ψηφιακές μέθοδοι και έρευνα στο διαδίκτυο			Α. Γαζή
9	410190	Εισαγωγή στην ιστορία της τέχνης	3	6	Σ. Μοσχονάς (Διδάσκων ΕΣΠΑ)
* Τα μαθήματα προσφέρονται και στις φοιτήτριες και στους φοιτητές ERASMUS The course is also open to ERASMUS students					

Ε' Εξάμηνο

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ - ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ					
Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση					
1	410233	Εργαστήριο Πολιτισμού I: Πολιτισμική κληρονομιά	3	7,5	Α. Γκαζή
2	410234	Εργαστήριο Πολιτισμού II: Κινηματογράφος	3	7,5	Μ. Παραδείση
Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας					
1	410235	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας I: Εισαγωγή στο ρεπορτάζ και στην αφήγηση: η μικρή φόρμα	3	7,5	Λ. Παπαδοπούλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)
2	410236	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας II: Ραδιοφωνική και ακουστική επικοινωνία	3	7,5	Α. Γαζή
Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις					
1	410261	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων I: Εφαρμοσμένο μάρκετινγκ – Ψηφιακό / Mobile μάρκετινγκ	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: Ντ. Μπίρμπα (Marketing Manager Greece, Cyprus & Malta, The Coca Cola Company) Μ. Aris – (Owner & Founder, 4 Wise Monkeys) Λ. Μπακαλέξη, Founder at Linear
2	410262	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων II: Έρευνα Αγοράς, Ψηφιακά Μέσα και Εφαρμογές: Web, UX, Apps, Mobile, Video, Podcasting	3	7,5	Υπεύθυνοι: Μπ. Τσακαρέστου, Σ. Καπερώνης Συνεργάτες: -Δρ. Κ. Ιωαννίδης Head of Market Research, South EU Hub at Philip Morris International Μ. Κοντού, Co-Founder Lead UI/UX, Designer Simple Apps/ Fortune 40 Under40/ AEIF Alumni/WTM & GDG Athens/Tech Talent School -Δρ. Π. Ζαχαριάς, Founder, UX Researcher, The UX Prodigy -Αντ. Μπίρμπας, UX

					Researcher Creative Director, The UX Prodigy
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ <i>[επιλέγονται τρία (3) μαθήματα]</i>					
	Κωδικό	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ECT S	Διδάσκων/-ουσα
1	410168	Επικοινωνία και γλώσσα II	3	5	Μ. Κακαβούλια
2	410127	Ιστορία των Πολιτικών Ιδεών	3	5	Χρ. Αυλάμη
3	410214	Κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας	3	5	Ι. Κική
4	410204	Social issues, social innovation and corporate responsibility*	3	5	Μπ. Τσακαρέστου Β. Tsakarestou
5	410311	Η χρήση του design ως επικοινωνιακού εργαλείου και οι ιδέες που μετατρέπονται σε εικόνα και βίντεο	3	5	Σ. Καπερώνης (Ε.ΔΙ.Π.)
6	410312	Φυσικές & τυπικές γλώσσες της επικοινωνίας	3	5	Χ. Ράπτης (Διδάσκων ΕΣΠΑ)
7	410282	Διεθνές ανθρωπιστικό δίκαιο	3	5	Μ. Μαρούδα (Τμ. ΔΕΠΣ)
* Το μάθημα προσφέρεται και στις φοιτήτριες και στους φοιτητές ERASMUS <i>The course is also open to ERASMUS students</i>					

ΣΤ' Εξάμηνο

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ – ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ					
Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση					
1	410237	Εργαστήριο Πολιτισμού III: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτιστική επικοινωνία	3	7,5	Σ. Καπερώνης
2	410238	Εργαστήριο Πολιτισμού IV: Παραγωγή περιεχομένου ιστοσελίδας στο πεδίο των πολιτισμικών σπουδών	3	7,5	Χρ. Αυλάμη - Ε. Αρσενίου Συνεργάτες: Μ. Καρρά, Π. Μούλιος, Κ. Σεργίδου, Δ. Φλεβοτόμος, Π. Φελέκης (Υπ. διδάκτορες Τμήματος)
Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας <i>[επιλέγονται δύο (2) από τα τρία (3) εργαστήρια]</i>					
1	410239	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας III: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δημοσιογραφία	3	7,5	Σ. Καπερώνης

2	410240	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας IV: Ειδικά ρεπορτάζ – αθλητισμός, πολιτισμός	3	7,5	Υπεύθυνος: Π. Βατικιώτης Συνεργάτες: Σ. Τριανταφύλλου (δημοσιογράφος, Υπ. διδ. Τμήματος) Λ. Κουζέλη (δημοσιογράφος)
3	410324	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας XI: Εναλλακτική δημοσιογραφία	3	7,5	Π. Βατικιώτης
Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις					
1	410263	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων III: Strategy Design & Social Media	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: Λ. Κυριακού (Founder at Dolphin) και Customer Engagement & Digital Team at Ogilvy Greece
2	410264	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV: Startup Επιχειρηματικότητα	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: -Δ. Σκρέτα, Head of Marketing, Communications & Digital Strategy at ANTENNA MUSIC, μέλος του Ομίλου Antenna, Ε. Ακτύπη, Communications, Europe & Middle East at Blueground -Δ. Καλαβρός-Γουσίου, Co-Founder & General Partner at Velocity.Partners Venture Capital -Μ. Ζούλοβιτς, Partner Lawyer at Zoulovits Kontogeorgou Law Firm, Digital Transformation & Privacy Law Expert -Ο. Αζιλαζιάν, Regional Digital Marketing Communications Manager at Microsoft Central & Eastern Europe HQ Co-Founder, FPower iMBA - Ν. Συλλιγαρδάκης, Zootle Co-Founder- Chief Product Officer

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ <i>[επιλέγονται τρία (3) μαθήματα]</i>					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ECTS	Διδάσκων/-ουσα
1	410092	History of Theatre*	3	5	Π. Κόκκορη P. Kokkori
2	410185	Πολιτική επικοινωνία	3	5	Μ. Ψύλλα
3	410196	Στρατηγική επιχειρήσεων και οργανισμών I	3	5	Γ.Μ. Κλήμης
4	410086	Οικονομικά των ΜΜΕ <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21.</i>	3	5	Ν. Λέανδρος Συνεργάτιδα: Λ. Παπαδοπούλου (Διδ. Τμήματος)
5	410176	Αισθητική των Μέσων	3	5	Δ. Καββαθάς
6	410320	Επεξεργασία εικόνας, βίντεο και ήχου	3	5	Σ. Καπερώνης (Ε.Δι.Π.)
7	410254	Διοίκηση ολικής ποιότητας	3	5	Β. Κέφης (Τμ. Δημ. Διοίκησης)
* Το μάθημα προσφέρεται και στις φοιτήτριες και στους φοιτητές ERASMUS <i>The course is also open to ERASMUS students</i>					

Ζ' Εξάμηνο

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ – ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ					
Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση					
1	410241	Εργαστήριο Πολιτισμού V: Διαχείριση πολιτιστικών εκδηλώσεων	3	7,5	Υπεύθυνος: Γ. Κλήμης Συνεργάτιδα: Δρ. Λ. Ράμου (μουσικός / ερευνήτρια)
2	410242	Εργαστήριο Πολιτισμού VI: Θέατρο / Σύγχρονη Παραστασιολογία	3	7,5	Π. Κόκκορη
Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας					
1	410243	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V: Ψηφιακές εφαρμογές, data journalism και ψηφιακή δημιουργικότητα	3	7,5	Στ. Καπερώνης
2	410244	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI: Η τηλεόραση στην εποχή της διαμεσικότητας: δημοσιογραφικές πρακτικές	3	7,5	Υπεύθυνη: Ι. Βώβου

3	410307	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας ΙΧ : Όψεις του διαδικτύου – Κριτικές προσεγγίσεις	3	7,5	Π. Βατικιώτης
Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις					
1	410265	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων V: Δημιουργικότητα - Η τέχνη της αφήγησης (Storytelling)	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: E. Parks (Co-Founder & General Partner, Velocity, Partners Venture Capital), Γ. Σορώτος (Δημιουργικός Δ/ντής The Newtons Lab/tory)
2	410267	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI: Η δύναμη της αφήγησης (storytelling), Native/Branded content/ Δημόσια Διπλωματία.	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: - Γιώργος Κοτιώνης, Deputy CEO, Ogilvy Greece - Μαρία Τζελέπη, General Manager PR & INFLUENCE, Ogilvy Greece - Χ. Χατζηγιάννου, Head of Native & Branded Content, 24 Media - Α. Φραδέλου Marketing Communications Specialist, Global Blue - Ε. Αλεξάκη, Senior Cultural & Educational Affairs Specialist at U.S. Embassy Athens - Ο. Μιχαλοπούλου, Director, Marketing & Communications, AB Vassilopoulos - Χ. Κοροπούλη, Head of Brand Equity & Digital Marketing, AB Vassilopoulos - Χ. Βούκια, Sustainability Activities & Communications Supervisor, AB Vassilopoulos

					- Β. Ντάνου, Head of Create, Valuecom
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ - ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΛΛΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ (ΜΕΤ)					
ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ					
[επιλέγονται τρία (3) μαθήματα]					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ	ECT S	Διδάσκων/-ουσα
1	410148	Αφηγηματικός λόγος: Θεωρίες και εφαρμογές	3	5	Μ. Κακαβούλια
2	410115	Δίκαιο των Μέσων Ι: Δίκαιο του Τύπου	3	5	Ι. Κική
3	410252	Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού	3	5	Δ. Ιορδάνογλου
4	410206	Θεωρίες της επικοινωνίας	3	5	Δ. Καββαθάς
5	410314	Εικόνα και επικοινωνία <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21.</i>	3	5	Γ. Σκαρπέλος
6	410327	Τα μεγάλα δεδομένα στην επικοινωνία και τον πολιτισμό <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21.</i>	3	5	Γ. Σκαρπέλος
7	410192	Εισαγωγή στη σύγχρονη τέχνη	3	5	Σ. Μοσχονάς (Διδάσκων ΕΣΠΑ)
8	410152	Πτυχιακή εργασία (Οφειλόμενο Η' Εξαμήνου)	6	10	
9	410328	Προστασία προσωπικών δεδομένων	3	5	Φ. Παναγοπούλου (Τμ. Δημ. Διοίκησης)

Η' Εξάμηνο

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ – ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ					
Κατεύθυνση: Πολιτισμός και Πολιτιστική Διαχείριση					
1	410245	Εργαστήριο Πολιτισμού VII: Η εμπλοκή του κοινού στην πολιτιστική εμπειρία	3	7,5	Υπεύθυνη: Α. Γκαζή Συνεργάτιδες: Φ. Βενιέρη, Σ. Δαργωνάκη, Μ. Παπαδοπούλου, Φ. Σαλμούκα (Υποψ. διδάκτορες Τμήματος)
2	410246	Εργαστήριο Πολιτισμού VIII: Σχεδιασμός & οργάνωση	3	7,5	Α. Γκαζή

		εκθέσεων			
Κατεύθυνση: Μέσα Επικοινωνίας					
1	410247	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VII: Η μεγάλη φόρμα <i>Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21.</i>	3	7,5	Ν. Μπακουνάκης
2	410248	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VIII: Παραγωγή περιεχομένου για on-line και web TV	3	7,5	Υπεύθυνος: Π. Βατικιώτης Συνεργάτιδα: Ά. Λαμπρινίδη (Online Marketing & Social Media Section Manager, COSMOTE) Ν. Μύρτου (Ε.ΔΙ.Π. ΕΚΠΑ)
3	410319	Εργαστήριο Δημοσιογραφίας Χ: Η Δημοσιογραφία στο Διαδίκτυο – Διαδίκτυο και Δημοσιογραφία	3	7,5	Λ. Παπαδοπούλου (ΔΙΔ. ΕΣΠΑ)
Κατεύθυνση: Διαφήμιση και Δημόσιες Σχέσεις					
1	410266	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII – Διαχείριση κρίσεων – Προσομοίωση στον φυσικό κόσμο και στα Social Media	3	7,5	Υπεύθυνη: Μπ. Τσακαρέστου Συνεργάτες: Μ. Ξένου (Owner Reliant Communication)
2	410268	Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VIII: Ηγεσία και συναισθηματική νοημοσύνη	3	7,5	Δ. Ιορδάνογλου Συνεργάτιδες: Β. Καρατοσίδη, M.Sc., Νευροψυχολόγος, Ψυχοθεραπεύτρια, Υποψήφια Διδάκτορας του Τμήματος, Ζ. Λιόλιου, M.Sc., Coach, Σύμβουλος Ανάπτυξης Δεξιοτήτων, Συγγραφέας
ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ <i>Επιλέγονται τρία (3) μαθήματα ή ένα (1) μάθ. και πτυχιακή εργασία ή δύο μαθ. και πρακτική άσκηση.</i>					
	Κωδικός	Τίτλος Μαθήματος	Δ.Μ.	ECT	Διδάσκων/-ουσα

				S	
1	410157	Ανάλυση μηνύματος	3	5	Μ. Ψύλλα
2	410087	Δίκαιο των Μέσων II: Δίκαιο της ραδιοτηλεόρασης	3	5	Ι. Κική
3	410210	Εικόνα και πολιτισμός: Υπολογιστική ανάλυση οπτικού πολιτισμού	3	5	Ι. Σκαρπέλος
4	410309	Νεοελληνική λογοτεχνία στα ΜΜΕ	3	5	Ε. Αρσενίου
5	410186	Νομικό και θεσμικό πλαίσιο του πολιτισμού	3	5	Μ. Μαρκέλλου (Μεταδιδάκτορας ΕΛΙΔΕΚ)
6	410139	Πτυχιακή εργασία	6	10	
7	410163	Πρακτική άσκηση	3	5	

Παράμετροι λήψης πτυχίου

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που εισήχθησαν από το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016 και εξής για τη λήψη πτυχίου θα πρέπει να έχουν περάσει: 5 μαθήματα ανά εξάμηνο.

Σύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 40 (32 υποχρεωτικά επιλογής ή Ελεύθερης Επιλογής ή MET και 8 υποχρεωτικά (Εργαστήρια Κατεύθυνσης).

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που εισήχθησαν το ακαδημαϊκό έτος 2014-2015

θα πρέπει να έχουν περάσει: 6 μαθήματα σε Α και Β εξάμηνο σύμφωνα με το νέο πρόγραμμα σπουδών στα υπόλοιπα εξάμηνα (δηλαδή 5 ανά εξάμηνο) Σύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 42 (34 υποχρεωτικά επιλογής ή Ελεύθερης Επιλογής ή MET και 8 υποχρεωτικά).

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που εισήχθησαν το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 θα πρέπει να έχουν περάσει: 6 μαθήματα σε Α, Β, Γ και Δ εξάμηνο. Σύμφωνα με το νέο πρόγραμμα σπουδών στα υπόλοιπα εξάμηνα (δηλαδή 5 ανά εξάμηνο). Σύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 44 (36 υποχρεωτικά επιλογής ή Ελεύθερης Επιλογής ή MET και 8 υποχρεωτικά).

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που εισήχθησαν το ακαδημαϊκό έτος 2012-2013 θα πρέπει να έχουν περάσει: 6 μαθήματα σε Α, Β, Γ και Δ εξάμηνο, 4 μαθήματα και 2 εργαστήρια κατεύθυνσης σε Ε και ΣΤ εξάμηνο. Σύμφωνα με το νέο πρόγραμμα σπουδών στα υπόλοιπα εξάμηνα Ζ και Η (δηλαδή 5 ανά εξάμηνο) Σύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 46 (38 υποχρεωτικά επιλογής ή Ελεύθερης Επιλογής ή MET και 8 υποχρεωτικά).

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που εισήχθησαν το ακαδημαϊκό έτος 2011-2012 ή παλαιότερα θα πρέπει να έχουν περάσει: 6 μαθήματα σε Α, Β, Γ και Δ εξάμηνο, 4 μαθήματα και 2 εργαστήρια κατεύθυνσης σε Ε, ΣΤ, Ζ και Η εξάμηνο. Σύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 48 (40 υποχρεωτικά επιλογής ή Ελεύθερης Επιλογής ή MET και 8 υποχρεωτικά).

Φοιτήτριες και φοιτητές οι οποίοι **δεν συμπληρώνουν τον απαιτούμενο αριθμό μαθημάτων λόγω της μείωσης των προσφερόμενων μαθημάτων**, θα πρέπει να επιλέξουν προσφερόμενα μαθήματα επομένου αντίστοιχου (χειμερινού ή εαρινού) εξαμήνου, **κατόπιν συνεννόησης με τη Γραμματεία.**

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές που προέρχονται από **κατατακτήριες εξετάσεις του ακαδ. έτους 2015-16 και εξής**, θα πρέπει να έχουν περάσει: 5 μαθήματα ανά εξάμηνο (στο Α εξαιρούνται τα

τρία μαθήματα που απαιτούνται για την εισαγωγή τους).Σ ύνολο μαθημάτων για τη λήψη πτυχίου 40 (32 ΥΕ ή ΕΕ ή ΜΕΤ και 8 υποχρεωτικά Εργαστήρια Κατεύθυνσης).

Για τα 3 μαθήματα που εξετάστηκαν για την εισαγωγή τους θα καταχωρείται ο βαθμός που πέτυχαν, προσαρμοσμένος στην κλίμακα του 10. Για τα μαθήματα που τυχόν αναγνωριστούν - λόγω συνάφειας με τις προηγούμενες σπουδές τους- μετά από απόφαση της ΓΣ του Τμήματος, θα τους αναγνωρίζονται τα ECTS και οι διδακτικές μονάδες, χωρίς βαθμό (με κωδικό 99).Για φοιτήτριες/-ές που εισήχθησαν με **κατατακτήριες εξετάσεις πριν το ακαδ. έτος 2015-16** και εγγράφονταν στο Γ' εξάμηνο Σπουδών, ακολουθούνται οι κανόνες σπουδών (αναφορικά με τον αριθμό μαθημάτων που οφείλουν να περάσουν) όπως αποτυπώνονται παραπάνω και ισχύουν ανά έτος εισαγωγής, για τους προπτυχιακούς φοιτητές.

Παράμετροι δηλώσεων Πρωτοδήλωτων και Οφειλόμενων Μαθημάτων:

1° εξάμηνο : 5 μαθήματα (5 ΥΕ ή 4 ΥΕ και 1 ΕΕ ή 4 ΥΕ και 1 ΜΕΤ).

2° εξάμηνο: 5 μαθήματα (5 ΥΕ ή 4 ΥΕ και 1 ΜΕΤ).

3° εξάμηνο : 5 μαθήματα (5 ΥΕ) τρέχοντος εξαμήνου ή έως 10 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων του Α' εξαμήνου που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 5 οφειλόμενα μαθήματα του Α' εξαμήνου.

4° εξάμηνο: 5 μαθήματα (5 ΥΕ) τρέχοντος εξαμήνου ή έως 10 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων του Β' εξαμήνου που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 5 οφειλόμενα μαθήματα του Β' εξαμήνου.

5° εξάμηνο: 5 μαθήματα (2 ΥΠ και 3 ΥΕ) τρέχοντος εξαμήνου, ή έως 15 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων των Α' και Γ' εξαμήνων που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 10 οφειλόμενα μαθήματα των Α' και Γ' εξαμήνων.

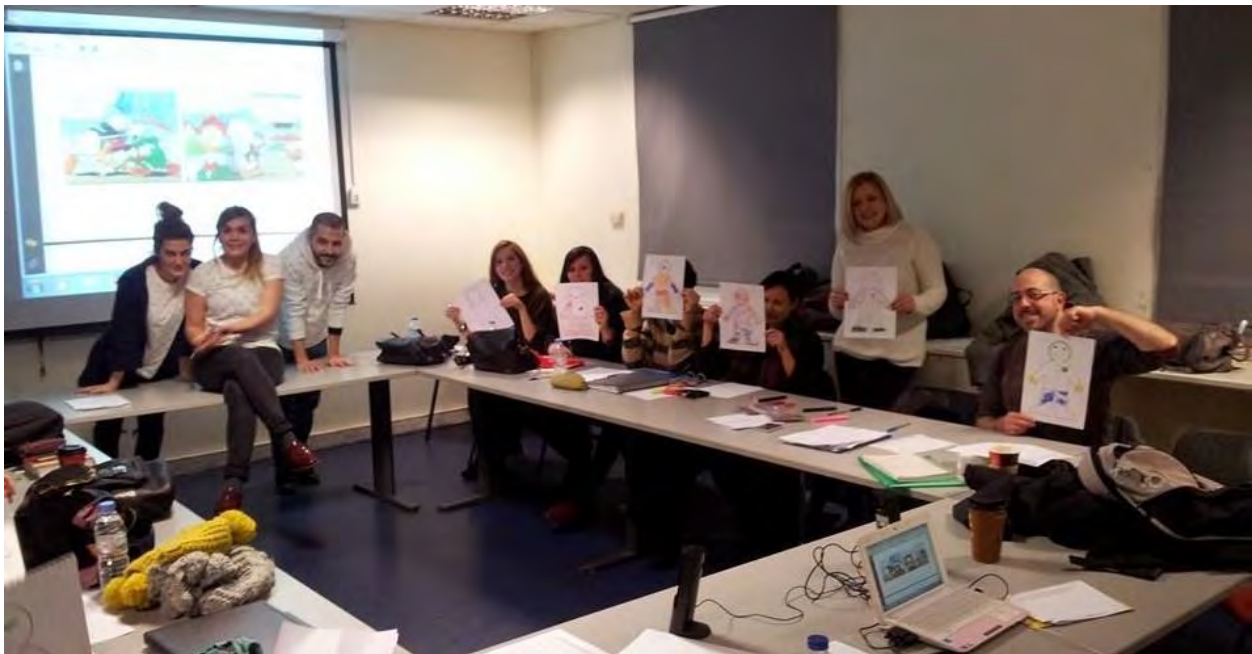
6° εξάμηνο: 5 μαθήματα (2 ΥΠ και 3 ΥΕ) τρέχοντος εξαμήνου ή έως 15 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων των Β' και Δ' εξαμήνων που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 10 οφειλόμενα μαθήματα των Β' και Δ' εξαμήνων.

7° εξάμηνο: 5 μαθήματα (2 ΥΠ και 3 ΥΕ ή 2ΥΠ , 1ΥΕ και 1 ΜΕΤ) τρέχοντος εξαμήνου ή έως 20 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων των Α' , Γ' και Ε' εξαμήνων που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 15 οφειλόμενα μαθήματα των Α' , Γ' , Ε' εξαμήνων.

8° εξάμηνο: 5 μαθήματα (2 ΥΠ και 2 ΥΕ με **Πτυχιακή εργασία** ή 2 ΥΠ και 3ΥΕ **χωρίς Πτυχιακή εργασία**) τρέχοντος εξαμήνου ή έως 20 πρωτοδήλωτα μαθήματα συμπεριλαμβανομένων των

μαθημάτων των Β΄, Δ΄ και ΣΤ΄ εξαμήνων που δεν είχαν δηλωθεί κατά το παρελθόν ή έως 15 οφειλόμενα μαθήματα των Β΄, Δ΄, ΣΤ΄ εξαμήνων.

9^ο εξάμηνο: Οι επί Πτυχίω φοιτήτριες/-τές μπορούν να δηλώσουν έως 20 οφειλόμενα μαθήματα των αντίστοιχων χειμερινών ή εαρινών εξαμήνων καθώς και μέχρι 20 πρωτοδήλωτα κατηγορίας (ΥΠ, ΥΕ και ΕΕ ή ΜΕΤ) εάν κατά το παρελθόν δεν είχαν υλοποιήσει κάποιες δηλώσεις ΥΕ ή ΕΕ μαθημάτων. Τέλος σε περίπτωση που φοιτήτρια/φοιτητής έχει ήδη δηλώσει πτυχιακή εργασία και επιθυμεί να μην την εκπονήσει, οφείλει να δηλώσει σε αντικατάσταση αυτής (2 μαθήματα) 1 πρωτοδήλωτο καθώς και ένα οφειλόμενο κατηγορίας ΥΕ του εαρινού εξαμήνου.



Παρουσίαση μαθημάτων

Α΄ Εξάμηνο

410114. Εισαγωγή στις σπουδές των Μέσων

Ιωάννα Βώβου

Η επικοινωνία στην εποχή των μαζικών μέσων αποτελεί κεντρικό άξονα δράσης που συνκαθορίζει τη μορφή της κοινωνίας. Στόχος του μαθήματος είναι να προσφέρει μία πρώτη σφαιρική επαφή των φοιτητριών/-τών 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 στις φοιτήτριες και 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» απασχολεί το μάθημα αυτό για να αναδείξουμε ότι ο ορισμός τους δεν είναι σταθερός στο χρόνο και δεν είναι ίδιος σε όλες τις κοινωνίες.

Το μάθημα καλύπτει τα πεδία της ιστορικής και κοινωνικής εξέλιξης των μέσων και τις βασικές θεωρίες των μέσων και της μαζικής Επικοινωνίας (κοινωνιολογικές, σημειολογικές, προερχόμενες από την κριτική σχολή σκέψης, τον εμπειρισμό, τις πολιτισμικές σπουδές). Παράλληλα, εμβαθύνει στην ανάλυση των μέσων έτσι ώστε οι φοιτήτριες και 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 των μέσων στοχεύει στην ενδυνάμωση της κριτικής αντίληψης των φοιτητριών/-τών και στην μετατόπιση της οπτικής τους, αφήνοντας τη θέση του απλού 'καταναλωτή' προς όφελος μιας περισσότερο αναλυτικής στάσης. 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.

410228. Εισαγωγή στη δημοσιογραφία

Λαμπρινή Παπαδοπούλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)

Η ιστορία της δημοσιογραφίας από την εποχή του penny press μέχρι σήμερα. Η ιστορία με ανθρώπινο ενδιαφέρον και τα ρεπορτάζ. Πώς αφηγούμαστε μια δημοσιογραφική ιστορία. Η συγκέντρωση των πληροφοριών και η δεοντολογία. Η έννοια της αντικειμενικότητας. Δημοσιογραφία και προπαγάνδα. Τα νέα μέσα και η πολυμεσική αφήγηση. Δημοσιογραφία και μέσα κοινωνικής δικτύωσης Η κρίση του παραδοσιακού μοντέλου των Μέσων και το μέλλον της δημοσιογραφίας.

Το μάθημα αποτελείται από σειρά διαλέξεων και από παρουσιάσεις εργασιών από τις φοιτήτριες και τους φοιτητές σε θέματα που έχουν σχέση με τη διδακτέα ύλη.

410270. Εισαγωγή στον πολιτισμό και τις πολιτισμικές σπουδές

Μάρθα Μιχαηλίδου

Συνεργάτες: Σ. Δαργωνάκη, Χ. Ξένος, Ε. Πανδιά (Υποψ. Διδ. Τμήματος)

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 των φοιτητριών και των φοιτητών 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.

410099. Η/Υ - Εισαγωγή στην πληροφορική

Δημήτρης Ντούνας (ΕΔΙΠ)

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

Η παρακολούθηση των εργαστηρίων είναι υποχρεωτική και θεωρείται απολύτως αναγκαία για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας μέσω του διαδικτυακού τύπου του μαθήματος. Οι εργαστηριακές ασκήσεις και η τελική εξέταση θα περιλαμβάνουν θέματα που έχουν παρουσιασθεί στα εργαστήρια, περιέχονται στο βιβλίο που θα διανεμηθεί και έχουν αναρτηθεί στη διαδικτυακή πλατφόρμα του μαθήματος. Η αξιολόγηση και η βαθμολόγηση στο τέλος του εξαμήνου θα βασίζεται στα εξής κριτήρια:

- α) Παρουσία & ενεργή παρακολούθηση όλων των μαθημάτων [15%]
- β) Γραπτές Εργασίες - Εργαστηριακές Ασκήσεις - Κουίζ [45%]
- γ) Τελική εξέταση [40%]

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 των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών στην καθημερινότητα και την επιστήμη, κοινωνικές επιπτώσεις (ηθικά ζητήματα) - ιστορική αναδρομή (εξέλιξη) των υπολογιστικών συστημάτων - αρχιτεκτονική ηλεκτρονικών υπολογιστών - βασικές έννοιες - υλικό (hardware) - λογισμικό (software) - Ψηφιακός Γραμματισμός - Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών [ΤΠΕ] στη διδακτική και μαθησιακή διαδικασία (e-learning) - Τεχνητή Νοημοσύνη και μελλοντικές προοπτικές.

- Λειτουργικά Συστήματα - Εκμάθηση του λειτουργικού συστήματος Windows: Γνωριμία & διαμόρφωση των Windows – χρήση των προγραμμάτων των Windows – διαχείριση αρχείων – διαχείριση του υπολογιστή.
- Λογισμικά εφαρμογών: Επεξεργασία κειμένου με χρήση του MS Word & λογισμικού επεξεργασίας κειμένου ανοιχτού κώδικα - βασικές τεχνικές επεξεργασίας - μορφοποίηση εγγράφων και προηγμένες εφαρμογές.
- Υπολογιστικά φύλλα με χρήση του MS Excel & λογισμικού υπολογιστικών φύλλων ανοιχτού κώδικα: Δημιουργία – επεξεργασία – μορφοποίηση φύλλου εργασίας - δημιουργία γραφημάτων & διαγραμμάτων.
- Δημιουργία παρουσιάσεων με χρήση του MS Power Point & λογισμικού παρουσιάσεων ανοιχτού κώδικα: Τεχνικές παρουσίασης - δημιουργία - επεξεργασία – μορφοποίηση.

410167. Εισαγωγή στην πολιτική οικονομία (Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21)

Νίκος Λέανδρος

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 η υπερχρέωση.

Αρχικά επιχειρείται μια σύντομη ανασκόπηση της εξέλιξης των οικονομικών θεωριών και αναφορά στις βασικές απόψεις των οικονομολόγων της κλασικής σχολής, του Marx, του Keynes, των κυριότερων εκπροσώπων της νεοκλασικής 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 όξυνση των οικονομικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων -ιδιαίτερα η συντελούμενη κλιματική αλλαγή- θέτει επί τάπητος το ζήτημα της ριζικής αναμόρφωσης του τρόπου λειτουργίας του οικονομικού συστήματος και υπογραμμίζει την αναγκαιότητα να αντιληφθούμε με έναν πιο σύνθετο και περιεκτικό τρόπο την έννοια της οικονομικής προόδου και τα χαρακτηριστικά της αναπτυξιακής διαδικασίας ώστε αυτή να είναι κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά βιώσιμη.

Η τελική βαθμολογία εξαρτάται από τη συμμετοχή στο μάθημα και την εργασία κατά 20% και από τις εξετάσεις κατά 80%.

410286. Παιχνίδι και επικοινωνία

Υπεύθυνος: Γιάννης Σκαρπέλος

Συνεργάτες: Ε. Ροϊνιώτη (Μεταδιδακτορική ερευνήτρια) Ε. Πανδιά (Υποψ. διδ. Τμήματος)

Το παιχνίδι είναι ένα σημαντικό μέσο κοινωνικοποίησης, έκφρασης, επικοινωνίας, συγκρότησης του κοινωνικού δεσμού, δηλαδή ένα μείζονος σημασίας πολιτισμικό «αντικείμενο». Από τη δεκαετία του 1980, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αναδιαμόρφωσαν τον τρόπο που παίζουμε, αρχικά απομονώνοντας και στη συνέχεια επανακοινωνικοποιώντας το χρήστη τους με τα διαδικτυακά παιχνίδια, όπως τα MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Games). Παράλληλα, με το πέρασμα στις κινητές συσκευές (έξυπνα κινητά, tablets) προσφέρονται νέες δυνατότητες παιχνιδώδους πρόσβασης σε μια ονειρική εκδοχή της πραγματικότητας, με τα παιχνίδια επηυξημένης πραγματικότητας (augmented reality games) όπως το Pokemon Go, ή τα υβριδικά παιχνίδια.

Στο μάθημα «Επικοινωνία και Παιχνίδι» θα επιδιώξουμε να σκεφτούμε τη θέση του παιχνιδιού στη σύγχρονη κοινωνία, τις κοινωνικοπολιτισμικές και ψυχολογικές διαστάσεις του παιχνιδιού και του gaming, το ζήτημα της ταυτότητας του παίκτη, την εικόνα του σώματος και τις νέες μορφές σωματικότητας (embodiment), την έννοια της υπερ-αφήγησης, την αξιοποίηση των παιχνιδιών για πολιτικούς και κοινωνικούς σκοπούς (Games for Good, Games for Social Change), και θα πειραματιστούμε με το σχεδιασμό παιχνιδιών.

ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ - ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΓΛΩΣΣΑΣ, ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΛΛΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ*Βλέπε περιγραφές στις Ιστοσελίδες κάθε τμήματος.***410943. Γλώσσα ειδικότητας στις κοινωνικές επιστήμες: Γαλλικά - Μ. Συντιχάκη****410945. Γλώσσα ειδικότητας στις κοινωνικές επιστήμες Ι: Ιταλικά - Ν. Δανέζης & Α. Παπαμελέτη****410277. Εισαγωγή στη διεθνή πολιτική – Ε. Χειλά (Τμ. ΔΕΠΣ)****410295. Εισαγωγή στην νεοελληνική κοινωνία – Σπ. Σακελλαρόπουλος (Τμ. Κοινωνικής Πολιτικής)****ΜΕΤ 6225. Ψυχολογία των διαπροσωπικών σχέσεων Ι – Π. Κορδούτης (Τμ. Ψυχολογίας)****Β' Εξάμηνο****410154. Εισαγωγή στη σύγχρονη ελληνική και ευρωπαϊκή ιστορία**

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 19^ο αιώνα, εποχή κατά την οποία η Ευρώπη κυριαρχεί στον κόσμο, το επαναστατικό φαινόμενο στην επαναληπτικότητά του και αντιστρόφως, η προσπάθεια διατήρησης της καθεστηκυίας τάξης σημαδεύουν ανεξίτηλα τις ευρωπαϊκές κοινωνίες. Από τα

τέλη του αιώνα, η εμπιστοσύνη και η αισιοδοξία για το μέλλον που εμπνέουν οι κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές πρόοδοι σηματοδοτούν αυτό που εκ των υστέρων, και ίσως ψευδαισθητικά, ονομάστηκε *Belle époque*. Το ξέσπασμα του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου και, είκοσι μόλις χρόνια αργότερα, ενός ακόμη δολοφονικότερου πολέμου, θα μετατρέψουν τον 20ό αιώνα σε έναν από τους πιο βίαιους αιώνες της ιστορίας.

410202. Οργάνωση και διοίκηση

Δήμητρα Ιορδάνογλου

Στο μάθημα αυτό επιχειρείται η μελέτη και ανάλυση των οργανώσεων ως κοινωνικών θεσμών και του ρόλου που διαδραματίζουν στην σύγχρονη εποχή. Μέσα από την ανάλυση και συζήτηση των κλασικών και σύγχρονων οργανωσιακών προσεγγίσεων (ανθρώπινων σχέσεων, ορθολογική, εθνογραφική, συστημική, χάους) αναδύονται ζητήματα της διοικητικής επιστήμης όπως η *λήψη αποφάσεων*, η *κατανομή εργασίας*, η *ιεραρχία*, η *ηγεσία*, η *οργανωσιακή κουλτούρα*, η *διοίκηση αλλαγών*. Επίσης, θέματα οργανωσιακής συμπεριφοράς όπως *παρακίνηση*, *ενδυνάμωση*, *ομαδική συνεργασία*, *διαπροσωπική επικοινωνία*, *καινοτομία*, και νέες μορφές επιχειρηματικότητας, μελετώνται υπό το πρίσμα των εξελίξεων στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον.

Η μεθοδολογία του μαθήματος βασίζεται στη θεωρητική ανάλυση, τη μελέτη περιπτώσεων (case studies), τις βιωματικές ασκήσεις, την ερευνητική δραστηριότητα και την εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών.

410220. Σπουδές οπτικού πολιτισμού

Γιάννης Σκαρπέλος

Το μάθημα επιχειρεί να γνωρίσει στις φοιτήτριες και 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 και την υποτιθέμενη δύναμή της, θα μνησθούμε σε νέες πρακτικές του βλέμματος. Διατρέχοντας επιλεκτικά την ιστορία της φωτογραφίας θα εστιάσουμε στις κοινωνιολογικές χρήσεις της στα τέλη του 19^{ου} αιώνα ως το Μεσοπόλεμο, θα αναφερθούμε στη σχέση της εικόνας με τη «γνώση» και την εξουσία, στην ιστορία του φωτορεπορτάζ και στην απομάκρυνση από αυτό, αλλά και στις μεθόδους που έχουν αναπτυχθεί στο πλαίσιο των οπτικών σπουδών για την αξιοποίηση της εικόνας στην κοινωνική έρευνα.

410082. Η/Υ - Εισαγωγή στην επιστήμη του ιστού: Τεχνολογίες, υπηρεσίες, εφαρμογές

Δημήτρης Ντούνας (ΕΔΙΠ)

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

- Δίκτυα Υπολογιστών & Διαδίκτυο: Ιστορικά στοιχεία – η εξέλιξη του Διαδικτύου
- Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (e-mail)

- Εξοικείωση με τα προγράμματα πλοήγησης του Παγκόσμιου Ιστού
- 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.)
- Σημασιολογικός Ιστός
- Τεχνολογίες Web 2.0 και Web 3.0
 - Τεχνολογίες της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στη διδασκαλία και τη μάθηση.
- Σχεδιασμός/κατασκευή ιστοσελίδων
- Υπερκείμενο-Υπερμέσα και ηλεκτρονική γραφή
- Βιβλιογραφικές και ερευνητικές τεχνικές αξιοποιώντας τις δυνατότητες του Διαδικτύου .

Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική και θεωρείται απολύτως αναγκαία για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας μέσω του διαδικτυακού τύπου του μαθήματος. Η τελική εξέταση θα περιλαμβάνει θέματα που έχουν παρουσιασθεί στα εργαστήρια, έχουν αναρτηθεί στη διαδικτυακή πλατφόρμα του μαθήματος και περιέχονται στα βιβλίο 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) Εργασίες [20%] - Κουίζ [10%] - Δημιουργία ιστοσελίδας [20%]
- γ) Τελική εξέταση [40%]

410308. Συγγραφή ακαδημαϊκών κειμένων

Ελισάβετ Αρσενίου

Στο μάθημα αυτό παρουσιάζεται ο σχεδιασμός και η εκπόνηση μιας επιστημονικής εργασίας: η επιλογή του θέματος (ο ορισμός του ερευνητικού προβλήματος), το πλαίσιο του κειμένου (εργασία μαθήματος, διπλωματική εργασία, μεταπτυχιακή εργασία, διπλωματική εργασία, διδακτορική διατριβή κ.ά.), η συγκέντρωση της βιβλιογραφίας, ο βιβλιογραφικός έλεγχος, η αποδελτίωση, η ταξινόμηση, η έρευνα, η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της προηγούμενης έρευνας, η ανάλυση και ο έλεγχος των δεδομένων, εννοιών και θεωριών, η επιλογή των ερωτημάτων, η διατύπωση των υποθέσεων, η δοκιμασία των υποθέσεων σε σχέση με τα δεδομένα, τα πορίσματα και η ερμηνεία. Επιπλέον οι φοιτήτριες/-τές εξοικειώνονται με τα εξής: καταγραφή ορολογίας, χρήση εργαλείων, σύνταξη περίληψης, εστίαση, σύνθεση του γραπτού κειμένου (δομή, περιεχόμενα, παράθεση, υποσημειώσεις, παραπομπές, βιβλιογραφία), επίπεδα γλώσσας.

410118. Οργάνωση του κράτους

Ιωάννα Κική

Η δομή, οργάνωση και λειτουργία του δημοκρατικού κοινοβουλευτικού μας πολιτεύματος αποτελούν το αντικείμενο μελέτης αυτού του μαθήματος. Οι θεμελιώδεις αρχές και οργανωτικές βάσεις του πολιτεύματος εξετάζονται υπό το πρίσμα των διατάξεων του ισχύοντος

ελληνικού συντάγματος του 2001, ενώ γίνονται σύντομες αναφορές στην ελληνική συνταγματική ιστορία και την πολιτική πραγματικότητα, για την ανάλυση της θεσμικής οργάνωσης του πολιτικού μας συστήματος. 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 αποτελούν τα ειδικότερα θέματα, τα οποία θα εξετασθούν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Τέλος αναλύεται το κράτος, ως φαινόμενο, υπό την εξουσιαστική του μορφή.

410323. Εισαγωγή στην κυβερνοψυχολογία

Αγγελική Γαζή

Τα τελευταία χρόνια οι συνεχείς αλλαγές στο χώρο των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας υπεισέρχονται σε κάθε πτυχή της ανθρώπινης ζωής, θέτοντας ερωτήματα ως προς το πώς κατανοούμε την ανθρώπινη εμπειρία στο νέο τεχνολογικό και διαμεσολαβημένο επικοινωνιακό περιβάλλον. Οι αλλαγές αυτές αναδεικνύουν και την αναγκαιότητα διερεύνησης και κατανόησης του ιδιαίτερα πολύπλοκου φαινομένου της διαμεσολαβημένης τεχνολογικά επικοινωνίας, καθώς και της επαφής του ανθρώπου με τα σύγχρονα ηλεκτρονικά και μηχανικά συστήματα, τόσο σε ατομικό όσο και σε ενδοομαδικό, διομαδικό και κοινωνικό επίπεδο.

Μέσω της εστίασης στα μεθοδολογικά εργαλεία και τις θεωρίες της ψυχολογίας, στο συγκεκριμένο μάθημα θα εστιάσουμε στο άτομο και τη συμμετοχή του στα νέα επικοινωνιακά περιβάλλοντα. Η έννοια του εαυτού, του άλλου, η αυτοεικόνα, τα συναισθήματα, η ενδοομαδική πραγματικότητα της ψηφιακής ζωής, η αποδοχή της ταυτότητας στα διάφορα επικοινωνιακά περιβάλλοντα, τα like, η εμπύθιση στα τεχνοψυχικά συστήματα επικοινωνίας, το σώμα και τα avatars, το φύλο και η κοινωνική επιρροή είναι θέματα που θα συζητηθούν στο συγκεκριμένο εξάμηνο.

Από το παγκόσμιο χωριό του Μ. Μακλούαν στις αλγοριθμικές ταυτότητες των δικτύων και των μεγάλων δεδομένων, η δημιουργία του ψηφιακού εαυτού, το σχετίζεσθαι, η αίσθηση του ανήκειν στην κοινότητα, οι ψηφιακές γλώσσες συγκροτούν μια συνεχώς εξελισσόμενη πραγματικότητα.

410291. Ψυχολογικές θεωρίες των μέσων

Χάρης Ράπτης (Διδάσκων ΕΣΠΑ)

Η μελέτη της σχέσης ψυχολογίας και Μέσων αποτελεί το αντικείμενο του νεοσύστατου θεματοκεντρικού κλάδου της Ψυχολογίας των Μέσων (Psychology of the Media / Media Psychology), ήδη ενταγμένου στα προγράμματα σπουδών των περισσότερων –αμερικανικών και βρετανικών κυρίως– Τμημάτων Επικοινωνίας. Ενσωματώνοντας θεωρητικές και μεθοδολογικές αρχές από παραδοσιακούς κλάδους της ψυχολογίας (π.χ. γνωσιακή-συμπεριφορική, κοινωνική και αναπτυξιακή ψυχολογία), αλλά και πορίσματα προερχόμενα από την επιστήμη της επικοινωνίας και τις μιντιακές σπουδές, η Ψυχολογία των Μέσων εξετάζει τη σχέση των δύο πεδίων με όρους, κυρίως, επίδρασης των Μέσων στο επίπεδο της ανθρώπινης συμπεριφοράς, ατομικής και συλλογικής. Ωστόσο, για να κατανοήσουμε ευρύτερα και πληρέστερα τη διασύνδεση του ψυχικού πεδίου με το μιντιακό, θα χρειαστεί να συμπληρώσουμε τις

παραδοσιακές ψυχολογικές θεωρίες και προσεγγίσεις με την ψυχαναλυτική προοπτική, η οποία προϋποθέτει τον διασταλτικό ορισμό των Μέσων ως ασυνείδητων διαπλαστικών δομών τόσο της υποκειμενικότητας όσο και του κοινωνικού δεσμού. Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι, όποτε κι αν αναλύουμε συσκευές, τεχνολογίες ή τάξεις συμβόλων ως προς τη μιντιακή τους διάσταση, ερχόμαστε συγχρόνως αντιμέτωποι με την ιστορική κατάσταση και εμβέλεια ενός εσαεί διαφεύγοντος «μιντιακού ασυνείδητου». Το «μιντιακό ασυνείδητο», δηλαδή ο λανθάνων χαρακτήρας των ίδιων των μιντιακών δομών, συνιστά τον επώνυμο τόπο συνάντησης του ψυχικού με το μιντιακό, τον οποίο θα εξερευνήσουμε και θα χαρτογραφήσουμε με τη βοήθεια, αφ' ενός, της ψυχαναλυτικής θεωρίας (φροϋδικής και λακανικής) και, αφ' ετέρου, μεταλακανικών και μεταδομιστικών θεωριών των μέσων (με βάση τη μιντιο-θεωρία του F. Kittler).

ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ - ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΓΛΩΣΣΑΣ, ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΛΛΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

Βλέπε περιγραφές στις Ιστοσελίδες κάθε τμήματος

MET 6225. Ψυχολογία των διαπροσωπικών σχέσεων II

Παναγιώτης Κορδούτης (Τμ. Ψυχολογίας)



Γ' Εξάμηνο

410005. Πολιτική κοινωνιολογία

Μαριάννα Ψύλλα

Το μάθημα έχει στόχο να εισαγάγει τις φοιτήτριες και 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. 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. 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. Τέλος ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στους 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, η ανάγκη εκπόνησης και εφαρμογής δημόσιων πολιτικών καθώς και ορθής διακυβέρνησης, η αποδοχή ποικιλόμορφων αντιτιθέμενων απόψεων και η ύπαρξη ποικιλόμορφων διαντιδράσεων.

410227. 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 κατανάλωσή τους, το μάρκετινγκ παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του καταναλωτή. Συνδυάζοντας καινούργιες θεωρήσεις αλλά και κλασσικές, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές αποκτούν τις απαραίτητες γνώσεις και τα εργαλεία για να μπορέσουν να πάρουν αποφάσεις που αφορούν αυτή την λειτουργία της επιχείρησης/οργανισμού.

410165. Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας

Μάρθα Μιχαηλίδου

Το μάθημα αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητριών/-τών με το βασικό σκεπτικό, τα εργαλεία και τις τεχνικές των ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων έρευνας στις σπουδές

επικοινωνίας και πολιτισμού, στην ανάπτυξη βασικών ικανοτήτων σχεδιασμού εμπειρικής έρευνας έτσι ώστε να υλοποιήσουν βασικές ερευνητικές δραστηριότητες, και στην ανάπτυξη κριτικής ικανότητας όσον αφορά τις επιστημονικές, δεοντολογικές και ηθικές διάσταση της εμπειρικής έρευνας.

Θεματικές ενότητες του μαθήματος:

- Το θεωρητικό σκεπτικό της ποσοτικής και της ποιοτικής έρευνας
- Μεταβλητές και μέτρηση. Κλίμακες μέτρησης στάσεων
- Μέθοδοι δειγματοληψίας
- Το κοινωνικό πείραμα
- Έρευνα με ερωτηματολόγιο
- Ανάλυση περιεχομένου
- Συμμετοχική παρατήρηση και εθνογραφική έρευνα
- Συνεντεύξεις σε βάθος – ομαδικές συνεντεύξεις
- Οπτικοακουστικές μέθοδοι έρευνας
- Μελέτες περίπτωσης
- Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην επικοινωνιακή έρευνα
- Ηθική και δεοντολογία στην κοινωνική έρευνα

410091. 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 συνοδεύεται σε όλα τα μαθήματα από προβολές αποσπασμάτων σχετικών ταινιών.

Εκτός από τα αποσπάσματα, προβάλλονται ολόκληρες οι ταινίες *Το Θωρηκτό Ποτέμκιν* (1925) του Sergei Eisenstein *Ο Στρατηγός* (1926) του Buster Keaton, *Το Εργαστήρι του Δόκτορα Καλιγκάρι* (1919) του Robert Wiene, *Η μεγάλη χίμαιρα* (1937) του Jean Renoir, *Ο Πολίτης Καίην* του Orson Welles. Η αξιολόγηση θα είναι συνάρτηση της παρουσίας και ενεργητικής συμμετοχής των φοιτητών στις παραδόσεις και προβολές και της τελικής προφορικής εξέτασης.

410913. English language for Media and communication

Πατρίσια Κόκκορη / Patricia Kokkori

This course provides a working knowledge of media vocabulary and is designed primarily to develop confidence in spoken and written English for occupational and academic writing purposes. To achieve this double objective, the focus in class is on detailing the features of print and broadcast media as we consolidate vocabulary for discussing the most pressing issues at present, and on critiquing a body of media materials (photojournalism, documentary, advertisement) and non-mainstream films on journalism that evolve or subvert the Hollywood model feature film. We examine how the codes and conventions of the different genres function

as formulae to inform, divert, persuade and please audiences, and how they shape social perception. To discover what the audience is being persuaded we explore major contributions of different theories to critical analysis (semiotics, deconstruction and spectatorship). Our primary concern is to determine not only the persuasive techniques in the diverse utterances of print and audio-visual genres but how they capture or construct realities.

Students are expected to demonstrate competence in using specialist and general vocabulary for discussing current affairs with informed opinion and by drawing on concepts studied for analysing narratives, production techniques, representations and stereotyping when they come to assess media material in an essay. The course also seeks to actively engage students in weekly tasks that foster the use of theme based vocabulary in discussions and writing activities.

410257. Εισαγωγή στη μουσειολογία (Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-21)

Ανδρομάχη Γκαζή

Το μάθημα αποτελεί εισαγωγή στη μουσειολογία και έχει στόχο:

- να εξοικειώσει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές με την έννοια του μουσείου και την εξέλιξή του μέσα στον χρόνο,
- να εισαγάγει σε βασικά ζητήματα λειτουργίας των μουσείων σήμερα,
- να καλλιεργήσει μια κριτική ματιά για τα σύγχρονα μουσεία, τις δράσεις που προσφέρουν και τον διευρυμένο κοινωνικό ρόλο τους.

Η συζήτηση διαρθρώνεται γύρω από τις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- Ιστορία, θεωρία και φιλοσοφία των μουσείων
- Στοιχεία δεοντολογίας και επαγγελματισμού στο μουσείο
- Ζητήματα διοίκησης και διαχείρισης μουσείων
- Διαχείριση και επιμέλεια συλλογών
- Μουσείο και επικοινωνία
 - Το κοινό των μουσείων
 - Εκθέσεις
 - Δράσεις εντός και εκτός Μουσείων / Προγράμματα προσέγγισης
- Μουσεία και νέες τεχνολογίες
- Σύγχρονες τάσεις και προοπτικές

Στο πλαίσιο του μαθήματος γίνονται επισκέψεις σε επιλεγμένα μουσεία, όπου δίνεται η δυνατότητα στις φοιτήτριες και 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).

410316. 19^{ος} - 20ός αι. Κινήματα στη διεθνή τέχνη και λογοτεχνία

Ελισάβετ Αρσενίου

Αφού οριστεί η σχετική ορολογία και ενταχθεί το ζήτημα των καλλιτεχνικών λογοτεχνικών ρευμάτων μέσα στα πλαίσια της γενικής γραμματολογίας και ιστορίας της λογοτεχνίας και της

τέχνης, παρουσιάζονται: α) τα λογοτεχνικά ρεύματα του 19^{ου} αιώνα, από τον ρομαντισμό στο ρεαλισμό: συνοψίζονται οι αρχές τους, μνημονεύονται οι σημαντικότεροι εκπρόσωποί τους και δοκιμάζονται ενδεικτικές αναγνώσεις αντιπροσωπευτικών έργων. Β) Ακολουθεί παρουσίαση και πραγμάτευση των ρευμάτων και κινημάτων του 20ού αιώνα. Αφού συζητηθούν οι ορισμοί του μοντερνισμού και οι τροποποιήσεις της περιπετειώδους αυτής έννοιας μέσα το χρόνο, γίνονται ενδεικτικές αναφορές στα μοντερνιστικά και πρωτοποριακά ρεύματα του 20ού αιώνα. Επιπλέον, παρουσιάζεται ο συγχρονικός και διαχρονικός χαρακτήρας των μοντερνιστικών κινημάτων και οι απόψεις των σημαντικότερων θεωρητικών τους. Για κάθε ρεύμα, δοκιμάζονται αναγνώσεις αντιπροσωπευτικών έργων.

410322. Sociology of the Internet

Παντελής Βατικιώτης / Pantelis Vatikiotis

The course probes into the historical and cultural development of the internet; examines normative aspects and features of the web; and discusses diverse theoretical perspectives of the information/network society (part I). It draws on key dimensions of the interplay between the digital and the social – culture of connectivity, information economy, networked public sphere, digital divide (pt II). And it evaluates social, economic and political consequences of contemporary uses of the internet, reflecting on controversial issues raised in reference to networking and collaboration, representation and participation, claiming and doing politics (pt III).

Δ' Εξάμηνο

410219. Επικοινωνία και γλώσσα I

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. Τα θέματα που μας απασχολούν αφορούν πεδία όπως: γλώσσα και εγκέφαλος, γλώσσα και ενσυναίσθηση, γλώσσα και ομιλία, κίνηση/ χορός, η διαμάχη για τη γλώσσα (φύση / πολιτισμός), ορισμός/-οί της γλώσσας, η γλώσσα ως σύστημα σημείων, παραγωγή και κατανόηση της γλώσσας, οι επικοινωνιακές λειτουργίες της γλώσσας, γλωσσική επικοινωνία και η θεωρία του Roman Jakobson, 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 τις φοιτήτριες και τους φοιτητές των εννοιών και του γνωστικού περιεχομένου του μαθήματος.

Το μάθημα αυτό απευθύνεται σε όλους τους φοιτητές· συνδυάζει θεωρία και ανάλυση των επικοινωνιακών λειτουργιών της γλώσσας, ενώ χρησιμοποιεί παραδείγματα από ποικιλία χρήσεων της γλώσσας σε διαφορετικά συμφραζόμενα επικοινωνίας.

410914. English language for Culture Studies

Πατρίσια Κόκκορη / Patricia Kokkori

This course provides the writing skills needed for cultural journalism and literary analysis. It explores how figurative writing is constructed and how it achieves its effects in a choice of texts that are broadly representative of the many themes and stylistic variations in twentieth-century short prose and drama. We begin with texts that exemplify realist narrative and then progresses to more experimental forms. In the drama section we savour contemporary idioms and the art of language as practised by a significant precursor to the postmodern evolution of our times (Samuel Beckett).

The objective of this course is to provide a working knowledge of how to structure an arts review and an academic essay. Another aim is to provide the methodological tools for textual analysis and to introduce students to the schools of literary criticism. This takes the form of guided questions in relation to particular literary texts.

410216. Introduction to advertising and public relations

Μπέττυ Τσακαρέστου / Betty Tsakarestou

This is an experiential course- we call it the AD Discovery Workshop- introducing the participants, both Panteion and Erasmus+ students, to the latest and more transformative developments in the communication business world.

We explore together, based on students-led projects, how the global players are adapting rapidly to transformational digital tech changes, experimenting with Artificial Intelligence, Virtual Reality, Immersive. Empathy and Storytelling technologies. We get to know the media influencers and entrepreneurial minds worldwide that are bridging Advertising, PR and Media in new business models, connecting and collaborating with their audiences and communities, adapting, leading, competing and collaborating to harness the power of technological and communication changes that are shaping our present and revolutionizing our future.

Students form their own international communication simulation agencies or native/ branded media startups and are invited to build and provide a digital storytelling and communication solution with positive market and social impact.

Topics we focus on: Branding, Reputation Management, Digital Strategies, Native Content and Branded Storytelling, Stakeholders and Users Experience, Engagement and Listening Strategies, Influencers marketing, Sustainability, Immersive Tech related Ethical, Accountability and Social impact Dilemmas, Crisis Communication, Storytelling, Pitching and Presentation Skills.]

410107. Ιστορία του κινηματογράφου II

Μαρία Παραδείση

Παρουσίαση της εξέλιξης της κινηματογραφικής αφήγησης στη μεταπολεμική περίοδο (από το νεορεαλισμό μέχρι τη δεκαετία του ογδόντα) με ανάλυση των ιστορικών και αισθητικών

δεδομένων κάθε περιόδου. Η εκτενής αναφορά στους σημαντικότερους δημιουργούς συνοδεύεται σε όλα τα μαθήματα από προβολές αποσπασμάτων σχετικών ταινιών.

Εκτός από τα αποσπάσματα, προβάλλονται ολόκληρες οι ταινίες *Ρώμη Ανοχύρωτη Πόλη* (1945) του Roberto Rossellini, *Χιροσίμα Αγάπη μου* (1959) του Alain Resnais, *Ο άνθρωπος που έβλεπε τα τραίνα να περνούν* (1966) του Jiri Menzel, *Ο φόβος τρώει τα σωθικά του* (1973) Rainer-Werner Fassbinder, *Μπόννου και Κλάιντ* (1967) του Arthur Penn.

410079. Ζητήματα σύγχρονης επικοινωνίας

Ιωάννα Βώβου

Το μάθημα πραγματεύεται τις σύγχρονες κοινωνιολογικές, σημειολογικές και ανθρωπολογικές προσεγγίσεις των μέσων, τα οποία θεωρούνται ως αντικείμενα σε συνεχή εξέλιξη (media in transition) στις σύγχρονες κοινωνίες. Έμφαση δίνεται στη σχέση μέσων – ανθρώπων. Κεντρικό ερώτημα του μαθήματος είναι να κατανοήσουμε πώς οι σπουδές και οι θεωρίες των μέσων εξελίσσονται υπό το φως κοινωνικών, πολιτισμικών, τεχνολογικών, πολιτικών ή οικονομικών αλλαγών. Η εξέλιξη των ερευνών και των 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 που διαμορφώνουν καθοριστικά τη σχέση μας με την πραγματικότητα.

Στο πλαίσιο αυτό, εξετάζουμε τον τρόπο με τον οποίο αυτό που ονομάζουμε «σύγκλιση των μέσων» ξεδιπλώνει ένα πολύπλοκο και υβριδικό ‘μιντιακό’ περιβάλλον που δεν μπορούμε να περιγράψουμε με μία απλή μετάβαση από τα «παραδοσιακά» στα «νέα» μέσα. Ποιες είναι οι γέφυρες από τη «λαϊκή» στη μαζική κουλτούρα και από εκεί στην «κουλτούρα της σύγκλισης» και πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν; Η σύγκλιση των μέσων και η διαμεσικότητα (intermediality, transmediality) εξετάζονται ως ένα νέο παράδειγμα εξέλιξης των μέσων και των κοινωνικών συμπεριφορών που αναπτύσσονται γύρω από αυτά. Η συνεχής ροή περιεχομένου σε πολλές και διαφορετικές επικοινωνιακές πλατφόρμες συνδυάζεται με την ευμετάβλητη ροή των επιμέρους κοινών και την μεταβολή της σχέσης των ανθρώπων με τα μέσα. Απέχοντας πολύ από μία απλή τεχνολογική εξέλιξη, η διαμεσική επικοινωνία που απορρέει από τη σύγκλιση των μέσων αποτελεί μια βαθιά πολιτισμική και κοινωνική μεταβολή: επιτελείται στην αντίληψη του κοινού και των χρηστών οι οποίοι, και αυτοί, συμβάλλουν σε μία συμμετοχική κουλτούρα και συν αποτελούν μία συλλογική ευφυΐα οι οποίες εκφράζονται σ’ ένα υβριδικό μιντιακό τοπίο.

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές καλούνται να συμμετέχουν στο μάθημα υιοθετώντας τη στάση του αναλυτή συγκεκριμένων σύγχρονων επικοινωνιακών φαινομένων βάσει εργασιών (project).

410285. Κράτος και Σύνταγμα

Ιωάννα Κική

Η δομή, οργάνωση και λειτουργία του δημοκρατικού κοινοβουλευτικού μας πολιτεύματος αποτελούν το αντικείμενο μελέτης αυτού του μαθήματος. Οι θεμελιώδεις αρχές και

οργανωτικές βάσεις του πολιτεύματος εξετάζονται υπό το πρίσμα των διατάξεων του ισχύοντος ελληνικού συντάγματος του 2001, ενώ γίνονται σύντομες αναφορές στην ελληνική συνταγματική ιστορία και την πολιτική πραγματικότητα, για την ανάλυση της θεσμικής οργάνωσης του πολιτικού μας συστήματος. 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 αποτελούν τα ειδικότερα θέματα, τα οποία θα εξετασθούν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Τέλος αναλύεται το κράτος, ως φαινόμενο, υπό την εξουσιαστική του μορφή.

410140. 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 πολυσχιδή 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 προτεινομένη ερμηνεία παρουσιάζει το νεωτερικό έργο τέχνης «μουσικό δράμα» του Βάγκνερ ως οπτικό-ακουστικό φαινόμενο (απολλώνιο-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.

410321. Ψηφιακές μέθοδοι και έρευνα στο διαδίκτυο

Αγγελική Γαζή

Το Διαδίκτυο αποτελεί ταυτόχρονα ένα «επικοινωνιακό»/«κοινωνικό», όσο και ένα «τεχνολογικό» φαινόμενο, με εδραιωμένη πλέον τη σημασία του τόσο στην καθημερινή ζωή όσο και στην επιστημονική και ακαδημαϊκή έρευνα στον τομέα των Επιστημών του Ανθρώπου. Από την άποψη αυτή, το Διαδίκτυο εμφανίζεται να έχει διττό χαρακτήρα: αφενός πρόκειται για ένα ερευνητικό πεδίο αυτό καθ' αυτό και αφετέρου για ένα «εργαλείο» έρευνας και αναζήτησης πληροφοριών για παντοειδή θέματα. Το μάθημα θα εξετάσει και τις δύο αυτές, διαφορετικές, «ερευνητικές» διαστάσεις: τόσο την έρευνα «εντός» Διαδικτύου όσο και την έρευνα «μέσω» του Διαδικτύου. Σε πρώτο επίπεδο θα εξετασθούν οι τρόποι αναζήτησης και ανάκλησης πληροφοριών (data mining), χρησιμοποιώντας τις βασικές «μηχανές αναζήτησης» (search

engines) του Διαδικτύου, ενώ σε δεύτερο επίπεδο θα εξετασθούν οι ερευνητικές και ψηφιακές μέθοδοι των κοινωνικών επιστημών και οι εφαρμογές τους στη διαδικτυακή έρευνα.

410190. Εισαγωγή στην ιστορία της τέχνης

Σπύρος Μοσχονάς (Διδάσκων ΕΣΠΑ)

Το μάθημα αποτελεί εισαγωγή στην ιστορία της τέχνης και αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητριών και των φοιτητών με τις βασικές έννοιες και τους ορισμούς της τέχνης, τις βασικές περιόδους στην ιστορία της τέχνης από την αρχαιότητα έως σήμερα, τις ποικίλες μορφές της εικαστικής έκφρασης, τα βασικά ρεύματα και την ορολογία της τέχνης (π.χ. μανιερισμός, ιμπρεσιονισμός, αφαίρεση κ.ο.κ.), τις βασικές μεθόδους ανάλυσης ενός εικαστικού έργου, τους μηχανισμούς πρόσληψης, ερμηνείας και υποδοχής της τέχνης, τις κοινωνικό-πολιτικές συνθήκες υπό τις οποίες διαμορφώνεται, και τη λειτουργία του κριτικού και θεωρητικού λόγου περί τέχνης.



Ε΄ Εξάμηνο

410233. Εργαστήριο Πολιτισμού Ι: Πολιτισμική κληρονομιά

Ανδρομάχη Γκαζή

Στο εργαστήριο αυτό επιχειρείται μια πολύπλευρη εξέταση της έννοιας της πολιτισμικής κληρονομιάς με έμφαση σε ζητήματα κοινωνικής βιωσιμότητας. Στη θεματολογία που θα συζητηθεί περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- η έννοια της πολιτισμικής κληρονομιάς
- υλική / άυλη, αρχαία / νεότερη, «δύσκολη» κ.ά.,
- η ιστορική εξέλιξη της προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς,
- το διεθνές και εγχώριο θεσμικό και νομικό πλαίσιο προστασίας,
- η έννοια της μνήμης

- ο ατομική, συλλογική, πολιτισμική, αντι-μνήμη, ψηφιακή κ.ά.,
- η διαχείριση και η χρήση μνημείων και αρχαιολογικών χώρων και η σύνδεσή τους με τη σύγχρονη ζωή,
- τα μουσεία ως φορείς προστασίας και ανάδειξης της πολιτισμικής κληρονομιάς,
- η συμμετοχή των πολιτών.

Παράλληλα, εξετάζονται επίκαιρα ζητήματα δημόσιας πολιτικής στο πεδίο της προστασίας, διαχείρισης και ανάδειξης της πολιτισμικής κληρονομιάς με ενδιαφέρουσες ιδεολογικο-πολιτικές διαστάσεις.

Οι θεωρητικές και εμπειρικές αναλύσεις συνδυάζονται με επισκέψεις σε μνημεία και χώρους, μουσεία και συναφείς οργανισμούς, συζητήσεις με ανθρώπους του χώρου, καθώς και με παρουσιάσεις εργασιών των φοιτητριών και των φοιτητών, στην ενεργό συμμετοχή των οποίων στηρίζεται το εργαστήριο.

410234. Εργαστήριο Πολιτισμού II: Κινηματογράφος

Μαρία Παραδείση

Πολιτιστικό Εργαστήριο: Ο κινηματογράφος ως αντικείμενο επιστημονικής προσέγγισης και ως πολιτιστικό γεγονός. Ο σκοπός του Π.Ε – Κινηματογράφος 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 εισαγάγει 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.

Με τον πρώτο στόχο συνδέονται οι ακόλουθες τέσσερες προβολές που θα αποτελέσουν υποδείγματα επιστημονικής προσέγγισης του κινηματογράφου (με τη μορφή ασκήσεων στην τάξη)

1. *Μ, ο δράκος του Ντύσσελντορφ* του Fritz Lang (M) 1933, 117’
2. *Το τραγούδι της αγάπης* του Vicente Minelli (Meet me in St. Louis) 1944, 113’
3. *Με κομμένη την ανάσα* του Jean Luc Godard (A bout de souffle) 1959, 90
4. *Τζένη – Τζένη* του Ντίνου Δημόπουλου (1965), 97’
5. *Ρασομόν (羅生門, Rashōmon)* του Akira Kurosawa (1950), 88’

Εκτός από τη συλλογική διαδικασία μικρών φεστιβάλ οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα πρέπει να παρουσιάσουν και να καταθέσουν τουλάχιστον μία εβδομάδα πριν τη λήξη του εξαμήνου μια επιστημονική ανάλυση ταινίας 2000 – 3000 λέξεων σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θα δοθούν κατά τις ασκήσεις – υποδείγματα.

410235. Εργαστήριο δημοσιογραφίας I: Εισαγωγή στο ρεπορτάζ και στην αφήγηση: η μικρή φόρμα

Λαμπρινή Παπαδοπούλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)

Τα θέματα που εξετάζονται είναι:

- Τα ουσιώδη του ρεπορτάζ.
- Η συγκέντρωση, η ιεράρχηση και η επαλήθευση της πληροφορίας.
- Σε τι πρέπει να απαντάει ένα ρεπορτάζ.
- Η ψηφιακή δημοσιογραφία.
- Τα εργαλεία: οι λέξεις, το ηχητικό υλικό, η φωτογραφία, το βίντεο, τα γραφήματα.

Στο πλαίσιο του εργαστηρίου οι φοιτήτριες και οι φοιτητές αξιολογούνται συνεχώς μέσα από εργασίες και είδη ρεπορτάζ.

410236. Εργαστήριο δημοσιογραφίας II: Ραδιοφωνική και ακουστική επικοινωνία

Αγγελική Γαζή

Το συγκεκριμένο διδακτικό αντικείμενο θα επικεντρωθεί στην παρουσίαση του ήχου ως ενός σύμπλοκου σημείου επικοινωνίας, ενός αναπαραστατικού αντικειμένου αλληλοδιαπλοκής του ατόμου και της κοινωνίας. Συγκεκριμένα, θα μελετηθεί ο ήχος ως πρωταρχική «επιφάνεια διεπαφής» (interface) μεταξύ ατόμου και περιβάλλοντος, ως ένα μονοπάτι αλληλόδρασης του ατόμου, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Θα συζητηθούν ψυχοκοινωνιολογικές θεωρίες αναφορικά με το άτομο και το άκουσμα, ζητήματα αναφορικά με την κουλτούρα του ήχου, την ακουστική επικοινωνία και ακουστική οικολογία και θα γίνει εστίαση στη διερεύνηση του όρου «ηχοτοπίο» τόσο θεωρητικά όσο και μέσω πειραματικής προσέγγισης.

Παράλληλα, μέσω του εν λόγω μαθήματος, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα έχουν την δυνατότητα να διευρύνουν τις γνώσεις τους αναφορικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τους κώδικες, το περιεχόμενο και τις εξελίξεις στη μορφή του ραδιοφωνικού μέσου, κατανοώντας τον τρόπο με τον οποίο τα νέα μέσα αλλάζουν τις παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας προσδίδοντάς τους ένα διευρυμένο περιεχόμενο.

Μέσω των εργαστηριακών σεμιναρίων, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα εξασκηθούν σε θέματα που αφορούν την τεχνολογία του ψηφιακού ραδιοφώνου και τον τρόπο προετοιμασίας και παρουσίασης του τελικού ψηφιακού ραδιοφωνικού προϊόντος και θα επιτευχθεί η εξοικείωσή τους με όρους, μεθόδους και λεπτομερείς τεχνικές της ακρόασης, ηχογράφησης και επεξεργασίας, καθώς και του σχεδιασμού και της παραγωγής του ήχου.

410261. Εργαστήριο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων I: Εφαρμοσμένο μάρκετινγκ – Ψηφιακό/mobile μάρκετινγκ

Υπεύθυνη: Μπέττυ Τσακαρέστου, Αναπληρώτρια καθηγήτρια, επικεφαλής του εργαστηρίου

Συνεργάτες:

- Ντιάνα Μπίρμπα, Marketing Manager Greece, Cyprus & Malta, The Coca Cola Company
- Mark Aris – Owner & Founder, 4 Wise Monkeys
- Λίνα Μπακαλέξη, Founder at Linear

Σκοπός του μαθήματος είναι να παρέχει στις φοιτήτριες και στους φοιτητές μια ολόπλευρη εισαγωγή στην επιστήμη του Marketing, με τη βοήθεια δημιουργικών εργαλείων και ασκήσεων, ατομικών και ομαδικών projects, καθώς και μέσω real life case studies στα οποία ακολουθείται εξομοίωση πραγματικών συνθηκών συνεργασίας πελάτη-εταιρίας επικοινωνίας. Στην εποχή των ψηφιακών μέσων, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο Digital Marketing, τις νέες τεχνολογίες και τα digital & social media ως εργαλεία επικοινωνίας.

Θεματικές:

- Ορισμός marketing & marketing strategy process, σύμφωνα με την αρχή δημιουργίας υπεραξίας για τον πελάτη, την επιχείρηση, την αγορά, την κοινότητα.
- Παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά και την αγοραστική διαδικασία με ταυτόχρονη ανάλυση της μεθόδου τμηματοποίησης της αγοράς, στόχευσης και τοποθέτησης.
- Ο ρόλος του μάρκετινγκ στη δημιουργία, ενδυνάμωση και διαχείριση μαρκών (brands)
- Ιστορία της διαφήμισης και βασικές αρχές της σύγχρονης εμπορικής επικοινωνίας
- Στρατηγική επικοινωνίας media/ web/ social media/ mobile

410262. Εργαστήριο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων II: Έρευνα Αγοράς, Ψηφιακά Μέσα και Εφαρμογές: Web, UX, Apps, Mobile, Video, Podcasting

Υπεύθυνοι: Μπ. Τσακαρέστου, Αν. Καθηγήτρια και επικεφαλής του εργαστηρίου & Δρ. Στ. Καπερώνης, ΕΔΙΠ.

Συνεργάτες:- Δρ. Κωνσταντίνος Ιωαννίδης, Head of Market Research, South EU Hub at Philip Morris International

- Μάγγυ Κοντού, Lean UI/UC Designer, Simple Apps | Fortune 40 Under 40 | AEIF Alumni | WTM & GDG Athens | Tech Talent School
- Δρ. Παναγιώτης Ζαχαριάς, ιδρυτής, UX ερευνητής & Αντώνης Μπίρμπα, UX ερευνητής, Art Director, the UX Prodigy.

Το εργαστήριο οργανώνεται σε δύο ενότητες (modules). Η πρώτη ενότητα είναι αφιερωμένη στην Έρευνα Αγοράς και της σημασίας που έχει στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Οι φοιτητές εξοικειώνονται με τον σχεδιασμό της έρευνας αγοράς την εφαρμογή ποιοτικών και ποσοτικών μεθοδολογιών, τη συλλογή δεδομένων, την επιλογή του δείγματος, την ανάλυση των δεδομένων και την ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Επιπλέον, παρουσιάζονται καινοτόμες ερευνητικές μεθοδολογίες (όπως eye tracking, fMRI, netnography κτλ).

Η δεύτερη ενότητα είναι αφιερωμένη στα Ψηφιακά Μέσα και τις Εφαρμογές με στόχο τη γνωριμία και εξοικείωση των φοιτητών με εργαλεία ψηφιακής δημιουργικότητας και να αναπτύξουν ψηφιακές δεξιότητες εστιάζοντας στο σχεδιασμό ιστοσελίδων σε περιβάλλον WordPress, στον σχεδιασμό mobile apps, bots, infographics, παραγωγή podcast, digital newsletter, και την οπτικοποίηση των δεδομένων. Με την καθοδήγηση ειδικών, οι φοιτητές μαθαίνουν πως να εφαρμόζουν και να αξιολογούν αρχές με βάση τις αρχές της σχεδιαστικής ευχρηστίας (UX- user experience design) προϊόντων, υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την περαιτέρω εμβάθυνση στη μεθοδολογία του design thinking.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

410168. Επικοινωνία και γλώσσα II

Μαρία Κακαβούλια

Εισαγωγή στις σύγχρονες μεθόδους ανάλυσης του κειμένου και της 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) 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 στο πώς η ερμηνεία γλωσσικών δεδομένων εξαρτάται από την κοσμοαντίληψη κάθε ατόμου, και στον τρόπο που διάφοροι ομιλητές αντιλαμβάνονται, αλλά και χρησιμοποιούν τη γλώσσα (σχέση χρήσης της γλώσσας και κοινωνικο-πολιτισμικού περιεχομένου). 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.

410127. Ιστορία των πολιτικών ιδεών

Χρυσάνθη Αυλάμη

Το μάθημα χωρίζεται σε δύο θεματικές ενότητες:

1. Ανάλυση των βασικών ερωτημάτων που θέτει η νεωτερική πολιτική φιλοσοφία, όπως απαντούν στα έργα σημαντικών εκπροσώπων της (μεταξύ των οποίων οι Μακιαβέλι, Χομπς, Λοκ, Μοντεσκιέ, Ρουσσώ) και
2. Παρουσίαση των ιδεολογικών ρευμάτων του 19^{ου} αιώνα (συντηρητισμός, φιλελευθερισμός, σοσιαλισμός).

Ένα σώμα φωτοτυπιών με ενδεικτικά αποσπάσματα διανέμεται σε κάθε μάθημα.

410214. 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 αυτορρύθμισης, 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 πρακτική.

410204. Social issues, social innovation and corporate responsibility

Μπέττυ Τσακαρέστου / Betty Tsakarestou

A social innovation and real-world impact experiential course that focuses on the major global social, environmental and economic challenges aligned with UN Sustainable Development Goals: “The Sustainable Development Goals are the blueprint to achieve a better and more sustainable future for all. They address the global challenges we face, including those related to poverty, inequality, climate, environmental degradation, prosperity, and peace and justice”.

The main question to be addressed is: How we can envision and co-create new responses to 21 Century challenges. Real case-scenarios based on current global or local challenges, issues and crises are discussed.

Our creative project is featured in “Dare to Challenge” Medium Publication to engage participating student teams in learning to think and act as social impact innovators, as local and global networked citizens, to take the lead and responsibility to create positive impact and change in their communities and in broader society, offline and online.

Sustainable innovation agenda is inspiring worldwide a new breed of social impact entrepreneurs, prioritizing collaborative action, bringing together innovators from public, private and social, cultural and technology sectors. Our blended learning journey, following the design thinking methodology, is engaging participants to think and work as human-centric social innovation solutions designers in collaboration with civic communities and stakeholders.

410311. Η χρήση του design ως επικοινωνιακού εργαλείου και οι ιδέες που μετατρέπονται σε εικόνα και βίντεο

Σταύρος Καπερώνης (ΕΔΙΠ)

Ο σκοπός του μαθήματος είναι να γνωρίσουν οι φοιτήτριες και οι φοιτητές το design ως μορφή επικοινωνίας και ως κοινωνική δραστηριότητα. Πώς τα γραφικά στα New Media περιβάλλοντα, τα infographics, το Web Design, τα Mobile Apps, τα Social Media, η φωτογραφία, το σκίτσο, τα

graffiti, το layout επηρεάζουν τον χρήστη και διαμορφώνουν την αισθητική και την άποψή του. Πώς ο σχεδιασμός ηλεκτρονικού εντύπου, των posters, η επεξεργασία φωτογραφίας, και τα graffiti, επικοινωνούν το μήνυμα με το κοινό-χρήστες, πώς μπορεί αυτό να επηρεάσει την κρίση του κοινού και πώς το κοινό, με τη σειρά του, το μεταφέρει σε άλλους χρήστες. Ποιοι είναι οι σύγχρονοι δημιουργοί-καλλιτέχνες που διαμορφώνουν απόψεις και επηρεάζουν την αισθητική μας; Κατά πόσο αυτό που βλέπουμε και αντιλαμβανόμαστε ως εικόνα και μήνυμα μας καθοδηγεί; Οι φοιτητές δουλεύοντας ως ομάδες δημιουργούν πρωτότυπα poster, παρουσιάσεις και video σχετικά με το θέμα που τους έχει ανατεθεί.

410312. Φυσικές και τυπικές γλώσσες της επικοινωνίας

Χάρης Ράπτης (Διδάσκων ΕΣΠΑ)

Στις απαρχές του ιδεώδους της γλωσσικής τυποποίησης εντοπίζεται το όνειρο του Leibniz για ένα τέλειο λογικό-υπολογιστικό σύστημα, που θα επέτρεπε την επίλυση όλων των επιστημονικών και μεταφυσικών προβλημάτων. Χρειάστηκε να περιμένουμε τον Boole και τα μέσα του 19ου αιώνα, για να δημιουργηθεί μια καθαρά τυπική γλώσσα, βασισμένη στο δυαδικό σύστημα ψηφίων 0 και 1, η οποία συνεισέφερε καθοριστικά στην ανάπτυξη των σύγχρονων υπολογιστικών μηχανών (Turing). Σήμερα, που η επικοινωνία έχει σε μεγάλο βαθμό εκθρονίσει το παραδοσιακό μοντέλο εργασίας της βιομηχανικής επανάστασης, η αναγκαιότητα τυποποίησης (και ειδικότερα ποσοτικοποίησης) απαντά στην πρόκληση της μείωσης της πολυπλοκότητας των κοινωνιών της πληροφορίας και της γνώσης. Η μονοσημαντικότητα (σε αντίθεση με την εγγενή στις φυσικές γλώσσες αμφισημία), η ασφάλεια και η ταχύτητα συνιστούν τα τρία βασικότερα χαρακτηριστικά της γλώσσας ως πληροφορίας και του κυρίαρχου μοντέλου επικοινωνίας, βασιζόμενου στο συμπεριφορικό σχήμα ερέθισμα-αντίδραση. Σκοπός του μαθήματος είναι η κριτική παρουσίαση της διαφοράς φυσικών και τυπικών γλωσσών, όπως και ο προβληματισμός σχετικά με τα όρια της τυποποίησης, μέσα από τις καθημερινές πρακτικές της επικοινωνίας.

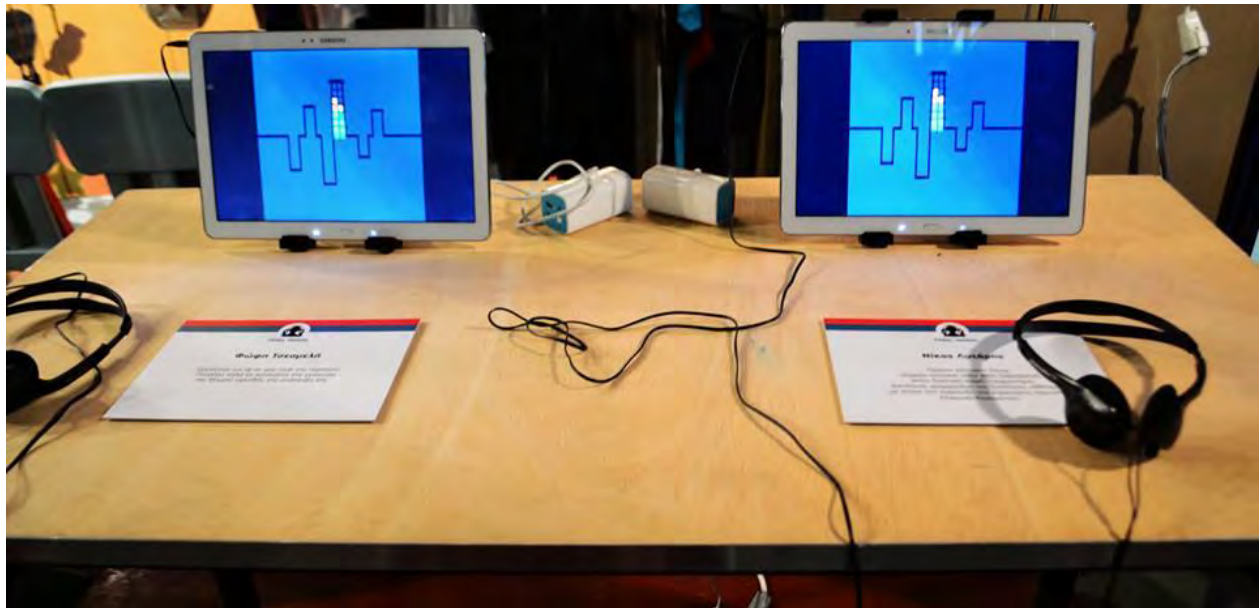
410282. Διεθνές ανθρωπιστικό δίκαιο

Μ. Μαρούδα (Τμήμα ΔΕΠΣ)

Περιλαμβάνει τη μελέτη του διεθνούς ανθρωπιστικού δικαίου που εφαρμόζεται σε ένοπλες συρράξεις ή /και την κατοχή, μέσα από την διερεύνηση θεωρίας και πρακτικής σε σύγχρονες συρράξεις (Γάζα, Ιράκ, Αφγανιστάν, Συρία, Λίβανο, Ν. Σουδάν, Κεντροαφρικανική Δημοκρατία, Ουκρανία), τα διδάγματα από τον πόλεμο κατά της τρομοκρατίας και τις προκλήσεις από την άμεση συμμετοχή αμάχων σε εχθροπραξίες και την ανθρωπιστική δράση.

Στο μάθημα εστιάζουμε ειδικότερα στην προστασία προσώπων και ομάδων στη διάρκεια διεθνών και μη ενόπλων συρράξεων, αναγνωρίζοντας την ιδιαιτερότητα του ΔΑΔ σε σχέση με το δίκαιο προστασίας δικαιωμάτων του ανθρώπου καθώς και το διεθνές ποινικό δίκαιο. Ερμηνεύουμε τα όρια που επιβάλλονται στους εμπόλεμους όσον αφορά την χρήση ορισμένων μέσων και μεθόδων πολέμου, αναλύουμε την πρακτική εφαρμογή του ορισμού στρατιωτικού στόχου, της αναλογικότητας και προφυλάξεων κατά την επίθεση, τις προκλήσεις από τις σύγχρονες αεροπορικές επιχειρήσεις ή/και το ναυτικό αποκλεισμό, την προστασία περιβάλλοντος, πολιτιστικών αγαθών). Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε ζητήματα διεθνούς

ποινικού δικαίου και την ποινική καταστολή εγκλημάτων πολέμου, κατά της ανθρωπότητας και γενοκτονίας από εθνικά και διεθνή ποινικά δικαστήρια, όπως το ΔΠΔΓ, ΔΠΔΡ, ΔΠΔ, ειδικό Δικαστήριο για τη Σιέρα Λεόνε, της Καμπότζης, του Αν. Τιμόρ, Κοσόβου, Βοσνίας-Ερζεγοβίνης.



ΣΤ' Εξάμηνο

410237. Εργαστήριο πολιτισμού III: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτιστική επικοινωνία

Σταύρος Καπερώνης (ΕΔΙΠ)

Το εργαστήριο εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο τα πολιτιστικά ιδρύματα χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα (π.χ. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, κ.λπ.) ως βασικό εργαλείο επικοινωνίας με τις ποικίλες ομάδες του κοινού τους.

Περιλαμβάνει:

- Θεωρητική ενημέρωση για ζητήματα που αφορούν την πολιτιστική επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, τα κοινωνικά δίκτυα ανά κατηγορία ως μέσα επικοινωνίας, το κοινό των πολιτιστικών οργανισμών, παραδείγματα εφαρμογής και καλές πρακτικές του πολιτισμού διεθνώς.
- Θεωρητική ενημέρωση για θέματα αισθητικής σχεδιασμού των ιστοχώρων και το πώς αυτή επηρεάζει τους χρήστες κατά την περιήγηση τους.
- Πρακτικά παραδείγματα ορθής χρήσης των χρωμάτων, των φωτογραφιών, του layout, των γραμματοσειρών κ.λπ., τα οποία επηρεάζουν ακούσια την κρίση και την αντίληψη του χρήστη κατά την περιήγηση του σε έναν ιστότοπο.
- Επισκέψεις σε επιλεγμένους πολιτιστικούς οργανισμούς της Αθήνας με ενεργή παρουσία στα social media και κριτική συζήτηση με στελέχη τους.

- Εκμάθηση -μέσω συγκεκριμένης μεθοδολογίας- της μέτρησης/αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας των social media σε μια ουσιαστική και διαδραστική επικοινωνία των πολιτιστικών οργανισμών με το κοινό τους.

410238. Εργαστήριο πολιτισμού IV: Παραγωγή περιεχομένου ιστοσελίδας στο πεδίο των πολιτισμικών σπουδών

Υπεύθυνες: Χρυσάνθη Αυλάμη, Ελισάβετ Αρσενίου

Συνεργάτες : Μ. Καρρά, Π. Μούλιος, Κ. Σεργίδου, Δ. Φλεβοτόμος, Π. Φελέκης (υποψ. διδάκτορες Τμήματος)

Το εργαστήριο οργανώνεται γύρω από δύο άξονες :

1. Ερευνητικός άξονας : στόχος, η εξοικείωση των φοιτητριών και των φοιτητών με την έρευνα και την παραγωγή κειμένων στο πεδίο των πολιτισμικών σπουδών,
2. Τεχνικός άξονας : στόχος, η εξοικείωση των φοιτητών με την οργάνωση, διαχείριση και συντήρηση του ηλεκτρονικού περιοδικού *Πόλις Άπολις*:

<https://www.polisapolis.gr/el/>

410239. Εργαστήριο δημοσιογραφίας III: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δημοσιογραφία

Σταύρος Καπερώνης (ΕΔΙΠ)

Στο Εργαστήριο Δημοσιογραφίας οι φοιτήτριες και οι φοιτητές διδάσκονται τις επικοινωνιακές τεχνικές των δημοσιογραφικών οργανισμών μέσω των κοινωνικών δικτύων. Το εργαστήριο έχει υποχρεωτικές παρακολουθήσεις μαθημάτων καθώς και συμμετοχή στις υποχρεωτικές εργασίες. Το Εργαστήριο διοργανώνει διαλέξεις, σεμινάρια και προσομοιώσεις και πραγματοποιεί έρευνες, εστιασμένες στις νέες τάσεις και δράσεις της διαδικτυακής δημοσιογραφίας. Συγκεκριμένα, ανατίθενται στις φοιτήτριες και στους φοιτητές εργασία με σκοπό την παρουσίαση μιας ολοκληρωμένης δημοσιογραφικής έρευνας στα Κοινωνικά δίκτυα. Η εργασία έχει τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο περιλαμβάνει την επιλογή της έρευνας γύρω από ένα κοινό θέμα. Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει τη συλλογή στοιχείων σχετικά με τις δράσεις των δημοσιογραφικών οργανισμών στα κοινωνικά δίκτυα καθώς και τη δημιουργία βίντεο και ρεπορτάζ. Το τρίτο μέρος περιλαμβάνει την ολοκληρωμένη παρουσίαση του θέματος, τόσο μέσω της προβολής του στα κοινωνικά δίκτυα όσο και μέσω του τελικού μονταρισμένου ρεπορτάζ (video, συνεντεύξεις).

410240. Εργαστήριο δημοσιογραφίας IV: Ειδικά ρεπορτάζ: αθλητισμός, πολιτισμός

Υπεύθυνος: Νίκος Μπακουνάκης (Σε εκπαιδευτική άδεια) & Παντελής Βατικιώτης

Συνεργάτες: Σ. Τριανταφύλλου (δημοσιογράφος, υποψ. διδ. Τμήματος), Λ. Κουζέλη (δημοσιογράφος)

Στο εργαστήριο αυτό οι φοιτήτριες και οι φοιτητές μαθαίνουν τις τεχνικές και ασκούνται σε δύο είδη ρεπορτάζ που θεωρούνται από τα πιο βασικά και τα πιο δημοφιλή για τα media:

1. *Αθλητικό ρεπορτάζ*, που περιλαμβάνει όχι μόνο το πώς περιγράφουμε και γράφουμε για ένα αθλητικό γεγονός, αλλά και πώς μπαίνουμε στα αθλητικά παρασκήνια και φυσικά πώς διαβάζουμε την λεγόμενη γεωπολιτική του αθλητισμού και τα mega-events (Ολυμπιακοί Αγώνες, Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου κ.λπ.).

2. *Πολιτιστικό ρεπορτάζ*, που περιλαμβάνει το πώς γράφουμε για τις τέχνες, παραστατικές και μη, πώς περιγράφουμε τους χώρους πολιτισμού, και πώς γίνεται η κριτική των τεχνών.

Στο εργαστήριο διδάσκουν επαγγελματίες του χώρου, στενοί συνεργάτες του Εργαστηρίου Δημοσιογραφίας του Τμήματος. Στα πλαίσια του μαθήματος οργανώνονται επισκέψεις σε χώρους αθλητισμού και πολιτισμού και οι φοιτήτριες και οι φοιτητές ασκούνται στο πεδίο.

410319. Εργαστήριο Δημοσιογραφίας Χ: Η Δημοσιογραφία στο Διαδίκτυο – Διαδίκτυο και Δημοσιογραφία (Εξάμηνο Σπουδών Η')

Λαμπρινή Παπαδοπούλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)

Βασικοί άξονες του μαθήματος είναι η παρουσίαση των δομικών αλλαγών που έχουν συντελεστεί στο σύγχρονο επικοινωνιακό τοπίο λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων και η εμβάθυνση στις νέες πραγματικότητες με τις οποίες βρίσκονται αντιμέτωποι οι δημοσιογράφοι, η δημοσιογραφική αφήγηση, τα ΜΜΕ αλλά και το κοινό λόγω του κομβικού ρόλου των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Με αφετηρία την επανάσταση του διαδικτύου οι φοιτητές θα γνωρίσουν τις κομβικές αλλαγές και θα εμβαθύνουν στις μεταμορφώσεις που εισήγαγαν οι νέες τεχνολογίες στο επικοινωνιακό πεδίο. Ακόμη, θα εστιάσουν στις διαφορετικές στρατηγικές προσαρμογής που ακολούθησαν διάφορα μεγάλα μιντιακά συγκροτήματα αλλά και αναδυόμενα ΜΜΕ με στόχο την επιβίωση στο νέο περιβάλλον. Τέλος θα κληθούν να σκεφτούν κριτικά επάνω στην πολιτική οικονομία του διαδικτύου και τις μεταμορφώσεις του επικοινωνιακού πεδίου καθώς και να συζητήσουν για τις μελλοντικές εξελίξεις και προοπτικές του.

410324. Εργαστήριο δημοσιογραφίας XI: Εναλλακτική δημοσιογραφία

Παντελής Βατικιώτης

Το εργαστήριο αποσκοπεί στην ανάλυση και άσκηση εναλλακτικών μορφών δημοσιογραφίας: *ειρηνευτική δημοσιογραφία* (προωθεί την ειρηνική επίλυση των συγκρούσεων με βάση το διάλογο και τη συζήτηση), *δημόσια δημοσιογραφία* (για λογαριασμό του κοινού, ενισχύοντας τον ρόλο της δημοκρατίας), *κοινοτική/τοπική δημοσιογραφία* (εξυπηρετεί την κοινότητα), *συμμετοχική δημοσιογραφία* (ενεργός ρόλος του κοινού στη συλλογή, επεξεργασία και σύνθεση περιεχόμενου, σε διάδραση με επαγγελματίες δημοσιογράφους), *ανεξάρτητη επαγγελματική διαδικτυακή δημοσιογραφία* (στην μπλογκόσφαιρα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης), *ανοιχτή δημοσιογραφία* (ακατέργαστες πληροφορίες, ανοιχτού κώδικα), *δημοσιογραφία των πολιτών* (οι πολίτες παράγουν και διαχειρίζονται τις ειδήσεις), *ριζοσπαστική δημοσιογραφία* (ανεξάρτητα μέσα αντι-πληροφόρησης, συλλογικής και αντι-ιεραρχικής οργάνωσης).

Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου οι φοιτήτριες και οι φοιτητές αξιολογούνται με ασκήσεις σε κάθε ενότητα του μαθήματος, αναλαμβάνουν σειρά εργασιών και παρουσιάσεων (ατομικών ή/και ομαδικών), και συμμετέχουν στην παραγωγή περιεχομένου για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το ηλεκτρονικό περιοδικό του μαθήματος.

410263. Εργαστήριο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων III: Strategy Design & Social Media

Υπεύθυνη Μπέττυ Τσακαρέστου, Αν. Καθηγήτρια και επικεφαλής του εργαστηρίου

Συνεργάτες: Α. Κυριακού (Founder, The Dollphin) και Customer Engagement & Digital, team at Ogilvy Greece

Η χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας προτού τεθεί οποιοδήποτε πλάνο είναι η ραχοκοκαλιά κάθε επικοινωνιακής προσπάθειας, για κάθε brand είτε πρόκειται για προϊόν, υπηρεσία, ή οργανισμό. Διερευνούμε τα στοιχεία που είναι προαπαιτούμενα για τη δημιουργία μιας διαφημιστικής καμπάνιας, της ανάπτυξης στρατηγικού σχεδιασμού (strategic account planning) και τοποθέτησης (brand positioning) για προϊόντα, υπηρεσίες, εταιρίες, media, οργανισμούς και κοινωφελείς και πολιτιστικούς οργανισμούς (social enterprises, foundations) μέσα από την πρακτική εξοικείωση με τις μεθόδους και τα ψηφιακά εργαλεία της σύγχρονης στρατηγικής επικοινωνίας. Ένα δημιουργικό ταξίδι διερεύνησης της στρατηγικής επικοινωνίας και διαφήμισης με πρακτικά case studies, μικρά εβδομαδιαία projects και ένα κύριο project, με βάση ένα brief που μας δίνει συνεργαζόμενο brand/ διαφημιζόμενος το οποίο αναπτύσσεται σταδιακά κατά τη διάρκεια των μαθημάτων. Οι ομάδες των φοιτητών καλούνται στο τέλος του εξαμήνου, να παρουσιάσουν το τελικό τους project σε πραγματικές συνθήκες εταιρικής παρουσίας.

Θεματικές: Στρατηγική, Branding, Digital & Mobile Advertising, Social Media Marketing & Engagement, Performance, Service Design, User/ Customer Experience, SEO, Adwords Google Analytics, Media Strategy, Μέτρηση Αποτελεσματικότητας, Customer Engagement.

410264 Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων IV: Startup Επιχειρηματικότητα

Υπεύθυνη Μπέττυ Τσακαρέστου, Αν. Καθηγήτρια και επικεφαλής του εργαστηρίου

Συνεργάτες:

Δόμνικα Σκρέτα, Head of Marketing, Communications & Digital Strategy at ANTENNA MUSIC, μέλος του Ομίλου Antenna

-Ελένη Ακτύπη, Communications, Europe & Middle East at Blueground

-Δημήτρης Καλαβρός- Γουσίου, Co-Founder & General Partner at Velocity.Partners Venture Capital

- Μίνα Ζούλοβιτς, Partner Lawyer at Zoulovits Kontogeorgou Law Firm, Digital Transformation & Privacy Law Expert

-Ολγα Αζιλαζιάν, Regional Digital Marketing Communications Manager at Microsoft Central & Eastern Europe HQ | Co-Founder, FPower | iMBA

- Νεκτάριος Συλλιγαρδάκης, Zootle Co-Founder- Chief Product Officer

Το εργαστήριο εισάγει τους φοιτητές στην κουλτούρα και τη μεθοδολογία της startup επιχειρηματικότητας θέτοντας σε εφαρμογή και πειραματισμό καινοτόμες επιχειρηματικές αντιλήψεις και μοντέλα. Οι φοιτητές σχηματίζουν τις δικές τους startup ομάδες και καλούνται να σχεδιάσουν, αναπτύξουν και να παρουσιάσουν τις επιχειρηματικές ιδέες, πρότυπα επιχειρηματικά σχέδια (prototypes) που σχεδιάζουν στο πλαίσιο του εργαστηρίου με συμβολή

μετόρων από το οικοσύστημα της ελληνικής και διεθνούς startup επιχειρηματικότητας. Το Startup Lab οργανώνει Startup Weekends και Startup Boot Camps

Θεματικές

- Πώς να ξεκινήσετε ένα startup και γιατί (“Start with Why”)
- Design Thinking- Human/ User Centered Design
- Lean startup methodology - Business Model Canvas
- Agile Μεθοδολογίες
- Growth Hacking
- Revenue Models
- Νομικά θέματα για startups
- Πώς να επικοινωνήσετε με επενδυτές
- Pitching startup projects



ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

410092. History of Theatre

Πατρίσια Κόκκορη / Patricia Kokkori

This course aims to introduce students to an overview study of the evolution of western theatre. By examining the cultural roots of the genres of tragedy and comedy in ancient drama we trace

how boundaries are transgressed and conventions are subverted by appropriating mythological archetypes or using imaginative writing to present the invisible, or as yet indiscernible, aspects of human experience in the works of playwrights ranging from Aeschylus, Sophocles, Euripides, Aristophanes, Shakespeare to Henrik Ibsen and Bertolt Brecht to Samuel Beckett. Indicatively, we analyse the *Oresteia* (*Agamemnon* & *Eumenides*), *Oedipus*, *Medea*, the *Bacchae*, *The Birds*, *Hamlet*, *A Doll's House*, *The Good Person of Setzuan* and *Endgame*.

In exploring the major antecedents to contemporary drama we examine the context that the plays were performed in and generic developments. In parallel, we view contemporary performances and links are made to the different interpretations this classic canon has garnered, drawing on insights from philosophy, psychology, literary and performance theory.

410185. Πολιτική επικοινωνία

Μαριάννα Ψύλλα

Το μάθημα αυτό έχει ως βασικό στόχο να εισαγάγει τις φοιτήτριες και 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, όπως είναι α) η προεκλογική πολιτική επικοινωνία, β) η επικοινωνία στη διάρκεια άσκησης της εξουσίας όπως κυβερνητική, κομματική, δημόσια, τοπική καθώς και γ) συμμετοχική πολιτική επικοινωνία δηλαδή διάφορες μορφές συμμετοχής των πολιτών στην πολιτική δράση και στην πολιτική απόφαση.

410196. Στρατηγική επιχειρήσεων και οργανισμών I

Γεώργιος Μιχαήλ Κλήμης

Η Στρατηγική Διοίκηση δίνει την ευκαιρία στη φοιτήτρια/-τή 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. Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές διδάσκονται τα βασικά εργαλεία σε κάθε ένα από αυτά τα στάδια με απώτερο στόχο τη 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. Σύθεση 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.

410086. Οικονομικά των ΜΜΕ (δεν θα διδαχθεί το ακαδη. έτος 2020-21)

Υπεύθυνος: Νίκος Λέανδρος

Συνεργάτιδα: Λ. Παπαδοπούλου (Διδ. Τμήματος, δημοσιογράφος)

Η βιομηχανία των Μέσων βρίσκεται σήμερα στο επίκεντρο ριζικών αλλαγών καθώς η ενίσχυση του ρόλου των αγορών, η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνίας και η ψηφιοποίηση του περιεχομένου μεταβάλλουν τους όρους του ανταγωνισμού και βασικά χαρακτηριστικά της αξιακής αλυσίδας. Η επίδραση των Μέσων στη συνολική λειτουργία του οικονομικού μηχανισμού αναβαθμίζεται όπως και η σημασία τους ως κοινωνικού θεσμού.

Στόχος του μαθήματος είναι η ανάλυση των σύγχρονων εξελίξεων που διαμορφώνουν τα νέα δεδομένα στη βιομηχανία των Μέσων τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς. Η επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και η αναμόρφωση των στρατηγικών ανάπτυξης είναι εξαιρετικά επείγουσα καθώς αναδύεται ένα νέο επικοινωνιακό παράδειγμα. 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.

Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στα 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 την εργασία κατά 40% και από τις εξετάσεις κατά 60%.

410176. Αισθητική των Μέσων

Διονύσης Καβαθάς

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 πεδίου 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 για τη 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 νεοτερικότητα. Στόχος αυτής της ενασχόλησής 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 αντίστασης.

410320. Επεξεργασία εικόνας, βίντεο και ήχου

Σταύρος Καπερώνης (ΕΔΙΠ)

Μέσα από αυτό το μάθημα οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα έρθουν σε μια πρώτη επαφή με την έννοια των πολυμέσων και τα χαρακτηριστικά της ψηφιακής εικόνας μέσα από πρακτικές ασκήσεις. Να μάθουν βασικές λειτουργίες δημιουργίας και επεξεργασίας βίντεο με τη χρήση ελεύθερου λογισμικού. Επίσης οι φοιτήτριες και οι φοιτητές θα ηχογραφούν μηνύματα-κείμενα και τα επεξεργάζονται με τη βοήθεια ελεύθερου λογισμικού (podcasting).

Ο σκοπός του μαθήματος είναι να:

- κατανοήσουν τι είναι μια εφαρμογή πολυμέσων και ποια είναι τα χαρακτηριστικά της,
- γνωρίσουν τον τρόπο ψηφιοποίησης της εικόνας, του ήχου και του βίντεο,
- γνωρίσουν τα βασικά χαρακτηριστικά μιας ψηφιακής εικόνας,
- εξοικειωθούν με τη χρήση ελεύθερου λογισμικού για επεξεργασία εικόνας, ήχου, βίντεο.

410254. Διοίκηση ολικής ποιότητας

Βασίλης Κέφης (Τμήμα Δημόσιας Διοίκησης)

Το μάθημα της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας εντάσσεται στο είδος των διοικητικών μαθημάτων με ιδιαίτερη θεμελιακή και διεπιστημονική βάση. Θέτει ως άμεση προτεραιότητα τη προσφορά γνώσεων και υπεύθυνης πληροφόρησης για τις αρχές, τις ιδέες και τις τεχνικές της ολικής ποιότητας, στοιχεία που κάνουν τις σύγχρονες επιχειρήσεις τόσο του ιδιωτικού όσο και του

δημόσιου τομέα περισσότερο αποτελεσματικές, ευέλικτες και καινοτόμες. Οι θεματικές ενότητες που θα αναπτυχθούν περιλαμβάνουν τα εξής:

- Βασικές εισαγωγικές έννοιες.
- Το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα Ποιοτικής Διοίκησης (EFQM).
- Η διοίκηση ολικής ποιότητας στο Δημόσιο Τομέα.
- Ποιότητα και ανθρώπινος παράγοντας.
- Ποιότητα και καινοτομία.
- Ποιότητα και ελληνική πραγματικότητα.
- Οι σημαντικότερες τεχνικές βελτίωσης της ποιότητας και η διαδικασία του στατιστικού Ελέγχου (SPC).
- Συστήματα διασφάλισης της ποιότητας.
- Τα πρότυπα της σειράς ISO 9000 και ISO 14000.
- Το σύστημα HACCP.
- Ο ανασχεδιασμός των επιχειρησιακών διαδικασιών (BPR).
- Η συγκριτική προτυποποίηση ή αξιολόγηση (Benchmarking).
- Τα χαρακτηριστικά του ποιοτικού Manager-Ηγέτη.
- Τα κύρια στυλ ηγεσίας.
- Τα ορθολογικά κριτήρια επιλογής των σύγχρονων ανωτάτων στελεχών.

Z' Εξάμηνο

410241. Εργαστήριο πολιτισμού V: Διαχείριση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Υπεύθυνος: Γεώργιος Μιχαήλ Κλήμης

Συνεργάτιδα: Δρ. Λ. Ράμου (μουσικός, ερευνήτρια)

Το εργαστήριο αποσκοπεί στη θεωρητική και πρακτική εξοικείωση των φοιτητριών/-τών με τη διοργάνωση και την παραγωγή ενός ευρέως φάσματος πολιτιστικών εκδηλώσεων. Τα τελευταία χρόνια έχει επιλεγεί ως θεματικό πεδίο η μουσική του 20ού και του 21ου αιώνα με πεδίο άσκησης τη διοργάνωση ενός κύκλου συναυλιών με τίτλο «Μια γέφυρα μουσικής πάνω από τη Συγγρού» σε συνεργασία με τη Στέγη του Ιδρύματος Ωνάση. Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές, υποστηριζόμενοι από την τεχνογνωσία και το δίκτυο επικοινωνίας της Στέγης, αναλαμβάνουν την προώθηση των συναυλιών σε στενή συνεργασία με τους μουσικούς, ενώ το πρόγραμμα τελεί υπό την εποπτεία και των δύο ιδρυμάτων.

Οι εβδομαδιαίες συναντήσεις περιλαμβάνουν τις εξής θεματικές:

- Εξοικείωση με το μουσικό περιεχόμενο του προγράμματος του κύκλου συναυλιών
- Διαμόρφωση προγραμματισμού
- Οργάνωση παραγωγής
- Σειρά συνεντεύξεων με τους συνθέτες και εκτελεστές που συμμετέχουν στις συναυλίες.
- Σύνταξη δελτίων Τύπου / προωθητικού και διαφημιστικού υλικού
- Παρουσία στα social media
- Πνευματικά δικαιώματα

- Ανεύρεση χορηγιών
- Διερεύνηση ομάδων ειδικού κοινού και επικοινωνία με αυτές

Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές συνεργάζονται σε ομάδες. Η αξιολόγηση γίνεται με βάση:

1. τη σύνταξη του υλικού πρόωθησης (press books),
2. τη διεξαγωγή ενός ρεπορτάζ, έντυπου ή ραδιοφωνικού για τις συναυλίες,
3. τη συνολική οργάνωση της επικοινωνίας και προώθησης των συναυλιών και τη συμβολή των φοιτητών στην άρτια διεξαγωγή τους,
4. τη συνεργασία ανάμεσα στα μέλη των ομάδων,
5. την τήρηση αρχείου ή τη δημιουργία βίντεο "making of" με βάση το υλικό των συναντήσεων, συνεντεύξεων, δελτίων Τύπου κλπ.

Στο τέλος του εργαστηρίου ζητείται η σύνταξη μιας έκθεσης, ατομικά ή ανά ομάδες, για την εμπειρία της συμμετοχής σε αυτό.

410242. Εργαστήριο Πολιτισμού VI: Θέατρο / Σύγχρονη παραστασιολογία

Πατρίσια Κόκκορη

Πρόκειται για μεθοδική ενασχόληση με τα βασικά είδη του σύγχρονου ρεπερτορίου, την παραστατική θεωρία του 20ού αιώνα και τις διάφορες εκφάνσεις της στους θεατρικούς κώδικες της μετα-νεωτερικής σκηνικής γλώσσας. Στόχος του μαθήματος είναι να αποκτήσουν οι φοιτήτριες και οι φοιτητές τις απαραίτητες δεξιότητες για την ανάλυση θεατρικής παράστασης. Καλούνται να μελετήσουν τα επιμέρους στοιχεία (κείμενο, σκηνοθεσία, υποκριτική, κίνηση, σκηνογραφία, μουσική, φωτισμό) και πώς εναρμονίζονται ή λειτουργούν αυτόνομα στο συνολικό αποτέλεσμα. Περαιτέρω στόχοι του μαθήματος είναι οι εξής:

1. Η διερεύνηση και γραπτή τεκμηρίωση της σκηνοθετικής διαδικασίας και
2. Η απόκτηση δεξιοτήτων για το πώς ετοιμάζεται η προβολή μιας παράστασης: δελτίο τύπου, δημιουργία εικόνας – ταυτότητας, βίντεο trailer ή teaser, εύρεση χορηγιών κ.ο.κ.

Σ' αυτήν την πιο εξειδικευμένη κατάρτιση προστίθενται δεξιότητες που αφορούν τη συγγραφή κριτικού δοκιμίου.

Για μια πιο άμεση εξοικείωση με το τεχνικό μέρος της θεατρικής παραγωγής και των κριτηρίων με τα οποία οι τεχνικές επιτεύξεις αξιολογούνται, το μάθημα περιλαμβάνει επισκέψεις σε παραστάσεις.

410243. Εργαστήριο Δημοσιογραφίας V: Ψηφιακές εφαρμογές, data journalism και ψηφιακή δημιουργικότητα

Σταύρος Καπερώνης (ΕΔΙΠ)

Το Εργαστήριο έχει σκοπό να εκπαιδεύσει τους μελλοντικούς δημοσιογράφους στις έννοιες του data journalism, της ψηφιακής και κινητής δημοσιογραφίας και επικοινωνίας. Το εργαστήριο έχει υποχρεωτικές παρακολουθήσεις μαθημάτων, καθώς και συμμετοχή στις υποχρεωτικές εργασίες. Το Εργαστήριο μέσα από διαλέξεις και σεμινάρια δίνει τις βασικές γνώσεις σχετικά με τα σύγχρονα θέματα της δημοσιογραφίας δεδομένων και πως αυτά τα μεταμορφώνουμε σε

είδηση. Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές έρχονται σε επαφή με σύγχρονα εργαλεία έρευνας σχετικά με τα fake news (κείμενο και φωτογραφίες) που κυριαρχούν στην ηλεκτρονική δημοσιογραφία, καθώς και με τις έννοιες, της χρηστικότητας και αισθητικής των ιστότοπων, την οπτικοποίηση περιεχομένου και τις βασικές αρχές επεξεργασίας εικόνας.

410244. Εργαστήριο Δημοσιογραφίας VI: Η Τηλεόραση στην εποχή της

διαμεσικότητας: δημοσιογραφικές πρακτικές

Υπεύθυνη/Διδάσκουσα: 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, τα τηλεοπτικά είδη, η ιδιαιτερότητα της τηλεοπτικής δημοσιογραφίας και της τηλεοπτικής παρουσίασης, ο οπτικοακουστικός λόγος και η αφήγηση αποτελούν κύρια σημεία του προγράμματος διδασκαλίας.

Κύριοι στόχοι:

- Η δημιουργία μιας τηλεοπτικής και οπτικοακουστικής κουλτούρας στη δημοσιογραφική πρακτική (πέραν μιας 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

Το εργαστήριο περιλαμβάνει:

- * Συζήτηση για την τηλεοπτική κουλτούρα και τις τηλεοπτικές δημοσιογραφικές πρακτικές – εξέταση παραδειγμάτων ελληνικών και ξένων
- * Ανάλυση τηλεοπτικού περιεχομένου και ειδών προγράμματος
- * Παρεμβάσεις/εισηγήσεις ανθρώπων της τηλεόρασης

Οι φοιτητές ασκούνται στα εξής πεδία:

- Τηλεοπτική επικοινωνία και έκφραση
- Έρευνα και προετοιμασία
- Τηλεοπτική αφήγηση
- Σύλληψη, παραγωγή, παρουσίαση τηλεοπτικών εκπομπών. Υιοθέτηση μιας διττής λογικής στα πλαίσια της σύγκλισης των μέσων: παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών που αποτελούνται από ολιγόλεπτα ρεπορτάζ/βίντεο τα οποία μπορούν, επίσης, να διακινηθούν μεμονωμένα και ανεξάρτητα σε διαφορετικές ψηφιακές και διαδικτυακές πλατφόρμες

410307. Εργαστήριο Δημοσιογραφίας ΙΧ: Όψεις του διαδικτύου – Κριτικές προσεγγίσεις

Παντελής Βατικιώτης

Στο πλαίσιο της ιδιωτικοποίησης και εμπορευματοποίησης του διαδικτύου, της ανάδυσης νέων μορφών συνεργατικής κουλτούρας και πλατφορμών παραγωγής περιεχομένου, των δυνατοτήτων διαχείρισης και αποθήκευσης μεγάλων δεδομένων, και των πολιτικών ρύθμισης του ψηφιακού πεδίου, το εργαστήριο αποσκοπεί στην εξέταση και ανάλυση:

- του μοντέλου της πληροφοριακής διαμεσολάβησης (συναθροιστές ειδήσεων, μηχανές αναζήτησης)
- της δημοσιογραφίας των δεδομένων και της παρουσίασης/οπτικοποίησης δεδομένων
- των μηχανισμών συλλογής/εκμετάλλευσης πληροφοριών, ελέγχου/φιλτραρίσματος περιεχομένου, και των συνθηκών εργασίας (επισφάλειας, επιτήρησης) στις ψηφιακές πλατφόρμες
- της παραγωγής, διασποράς ψευδών ειδήσεων, και της ρητορικής του μίσους (στην υπηρεσία του εθνικισμού, ρατσισμού, και θρησκευτικού φανατισμού) στο διαδίκτυο
- εναλλακτικών διαδικτυακών μορφών ενημέρωσης και κινηματικής δράσης
- νέων ψηφιακών πρακτικών στα πεδία της αγοράς (ηλεκτρονικό νόμισμα, πλατφόρμες βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων) και διακυβέρνησης (κυβερνοπόλεμος, αντιτρομοκρατία)

Κατά τη διάρκεια του εξαμήνου οι φοιτήτριες και οι φοιτητές αναλαμβάνουν (ατομικά ή/και ομαδικά): εβδομαδιαίες αναφορές στο ιστολόγιο του μαθήματος, προφορικές παρουσιάσεις, σειρά ερευνητικών εργασιών (σε περιπτώσεις μελέτης), και τη διαχείριση του ηλεκτρονικού περιοδικού του μαθήματος.

410265. Εργαστήριο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων V: Δημιουργικότητα - Η τέχνη της αφήγησης (storytelling)

Υπεύθυνη: Μπέττυ Τσακαρέστου

Συνεργάτες: E. Parks (Co-Founder & General Partner, Velocity, Partners Venture Capital), Γιάννης Σορώτος (Δημιουργικός Δ/ντής The Newtons Lab/tory)

Το εργαστήριο αυτό συνδυάζει την τέχνη της αφήγησης (storytelling) και τον διαφημιστικό δημιουργικό σχεδιασμό σε όλα τα media και τις ψηφιακές πλατφόρμες. Οι συμμετέχοντες φοιτητές θα αναλάβουν εβδομαδιαία δημιουργικά projects και challenges και θα μάθουν να χρησιμοποιούν την τέχνη της αφήγησης (storytelling) σε συνδυασμό με το στρατηγικό σχεδιασμό (που έχουν ήδη εξοικειωθεί από τα προηγούμενα εξάμηνα) για να βοηθούν τα brands (προϊόντα, υπηρεσίες, media, publishers, εταιρίες, οργανισμούς) να δημιουργούν μια ξεχωριστή και διακριτή παρουσία από τους ανταγωνιστές τους, μέσα από μια δημιουργική στρατηγική και ένα συναρπαστικό αφήγημα για την αξία που δημιουργούν και τις λύσεις που προσφέρουν.

Θεματικές

- Δημιουργικότητα
- Δημιουργική Στρατηγική
- Δημιουργικό Brief

- Πώς δημιουργούμε μια ιστορία/αφήγηση για ένα brand
- Brand Storytelling: Πώς επικοινωνούμε ένα brand μέσα από μία ιστορία
- Listen and Engage the audience: Πώς το κοινό/ οι χρήστες γίνονται συμμετοχοί και συν-δημιουργοί και συν-αφηγητές του brand story
- Πώς “μοιράζουμε” το brand story στις ψηφιακές και mobile πλατφόρμες
- Πώς αξιοποιούμε τις τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης (Artificial Intelligence- AI), Virtual Reality (VR) για να δημιουργήσουμε ψηφιακές ιστορίες (digital storytelling) με τη συμμετοχή των χρηστών
- Επισκέψεις: α. Στούντιο δημιουργικής διαφημιστικής φωτογραφίας, β. Εταιρία παραγωγής

410267 Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VII: Δημόσιες Σχέσεις: Η δύναμη της αφήγησης (storytelling) | Native-Branded Content | Δημόσια Διπλωματία

Υπεύθυνη Μπ. Τσακαρέστου, Αν. Καθηγήτρια και επικεφαλής του εργαστηρίου

Συνεργάτες:

- Γιώργος Κοτιώνης, Deputy CEO, Ogilvy Greece
- Μαρία Τζελέπη General Manager PR & INFLUENCE, Ogilvy Greece
- Χρήστος Χατζηγιάννου, Head of Native & Branded Content, 24 Media
- Ελένη Αλεξάκη, Senior Cultural & Educational Affairs Specialist at U.S. Embassy Athens
- Αθηνά Φραδέλου, Marketing Communications Specialist, Global Blue
- Όλγα Μιχαλοπούλου, Director, Marketing & Communications, AB Vassilopoulos
- Χρυσάνθη Κοροπούλη, Head of Brand Equity & Digital Marketing, AB Vassilopoulos
- Χριστίνα Βούκια, Sustainability Activities & Communications Supervisor, AB Vassilopoulos
- Βίρνα Ντάνου, Head of Create, Valuecom
- Σοφία Αναγνωστοπούλου, Content Manager, Valuecom

Στο εργαστήριο αυτό με σημαντικούς συνεργάτες από το χώρο της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων (Ogilvy Greece- πρόγραμμα Connecting Campuses), του event management, των ψηφιακών εκδοτών (24 Media), και της δημόσιας διπλωματίας, εστιάζουμε στη δύναμη της αφήγησης, που υπηρετεί στρατηγικούς στόχους brands, οργανισμών, εταιρειών, startups / πρωτοβουλιών κοινωνικής καινοτομίας και με θετικό αντίκτυπο.

Παρακολουθούμε τη δυναμική της συνάντησης και της συνεργασίας των δημιουργών και παραγωγών περιεχομένου και συνεκτικών branding στρατηγικών και εμπειριών από διαφορετικούς χώρους: την επικοινωνία, τις δημόσιες σχέσεις, τους εκδότες, τους δημοσιογράφους, τους χρήστες, τους δημιουργούς από τους χώρους της τεχνολογίας.

Μια νέα ενότητα, είναι αφιερωμένη στη Δημόσια Διπλωματία.

Οι συμμετέχοντες θα κληθούν να ανταποκριθούν σε «πραγματικά» briefs από εθνικούς ή/και πολυεθνικούς οργανισμούς/ εταιρίες/ brands/ agencies και να σχεδιάσουν στρατηγικές, προγράμματα, υλοποιήσεις και ψηφιακές αφηγήσεις (branding/ native storytelling narratives) που θα δώσουν δύναμη και αξία στα προγράμματα που θα κληθούν να σχεδιάσουν, να διαχειριστούν (project management) να υλοποιήσουν (prototypes) και να επικοινωνήσουν (storytelling)

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ**410148. Αφηγηματικός λόγος: Θεωρίες και εφαρμογές**

Μαρία Κακαβούλια

Η αφήγηση, εγγενής πολιτισμική ανάγκη, προβάλλει ως μείζων διεπιστημονική έννοια. Ο αφηγηματικός λαβύρινθος, οι συντεταγμένες του και οι κρυφοί ερμηνευτικοί κώδικές του αποτελούν την θεματική του μαθήματος αυτού. Μελετάται η αφήγηση και οι λειτουργίες που την διέπουν σε ποικιλία Μέσων επικοινωνίας και στις διασταυρώσεις τους (διαμεσική αφήγηση, κυβερνοαφηγήσεις, κυβερνομυθοπλασία, κ.ά.), αλλά και σε ποικιλία κειμενικών τύπων (πολιτικές αφηγήσεις, προσωπικές αφηγήσεις, συνομιλιακές ή ειδησεογραφικές αφηγήσεις, κ.ά.). Επίσης, το μάθημα προσφέρει εισαγωγικές γνώσεις ως προς α) νέες και ενδιαφέρουσες μεθόδους ανάλυσης του πρωτογενούς γλωσσικού υλικού αφηγήσεων, και β) απλές μεθόδους έρευνας, όπως η συγκρότηση σωμάτων αφηγηματικών κειμένων. Γίνεται, επίσης, αναφορά σε νέα πεδία ανάπτυξης και εμπλουτισμού της θεωρίας της αφήγησης (narrative macro- & micro-design κ.ά.). Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές, έχοντας παρακολουθήσει το μάθημα αυτό, θα είναι σε θέση να αναγνωρίσουν τύπους και ποικιλίες αφηγήσεων σε πλήθος επικοινωνιακών περιβαλλόντων, να διακρίνουν την μετάβαση από την αφήγηση στον μη αφηγηματικό λόγο και το αντίστροφο, αλλά και να εφαρμόσουν βασικά μεθοδολογικά και ερευνητικά εργαλεία στην ανάλυση αφηγήσεων.

410115. Δίκαιο των Μέσων Ι: 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.

410252. Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού

Δήμητρα Ιορδάνογλου

Η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες για την αποτελεσματική λειτουργία και συνεχή ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα οργανισμών και επιχειρήσεων. Το μάθημα αυτό έχει ως στόχο να εισαγάγει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές στις σύγχρονες θεωρίες και πρακτικές της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού και να αναδείξει την αξία του «ανθρώπινου κεφαλαίου» στο σημερινό εργασιακό περιβάλλον. Μέσα από θεωρητικές διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ατομικές και ομαδικές ασκήσεις, οι φοιτητές/τριες καλούνται να κατανοήσουν τις θεματικές ενότητες που διδάσκονται τόσο από την οπτική των

επαγγελματιών ανθρώπινου δυναμικού όσο και από την οπτική του εργαζόμενου.

Οι βασικοί θεματικοί άξονες του μαθήματος είναι οι παρακάτω:

- Σύγχρονες θεωρητικές προσεγγίσεις και τάσεις στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού
- Στρατηγική Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού
- Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού
- Προσέλκυση και Επιλογή
- Προετοιμασία για σύνταξη βιογραφικού και συνέντευξη επιλογής
- Εκπαίδευση και ανάπτυξη των εργαζομένων
- Εσωτερική επικοινωνία
- Διαχείριση και διατήρηση ταλέντων
- Οργανωσιακή κουλτούρα και κλίμα
- Δέσμευση των εργαζομένων
- Διαχείριση συγκρούσεων

410206. Θεωρίες της επικοινωνίας

Διονύσης Καββαθάς

Συστημική θεωρία, Αποδόμηση και (ΡΙΖΙΚΟΣ) 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 επικοινωνίας, 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.

410314. Εικόνα και επικοινωνία (δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2020-2021)

Γιάννης Σκαρπέλος

Με αφετηρία τη σημειολογία του Ρολάν Μπαρτ και των Κρες - Βαν Λούβεν θα επιχειρήσουμε να εμβαθύνουμε στις επικοινωνιακές λειτουργίες της εικόνας και στους τρόπους με τους οποίους δημιουργείται και μεταβιβάζεται το νόημα στην οπτική επικοινωνία. Επίσης, θα διερευνήσουμε τις δυνατότητες που υπάρχουν για την εκδήλωση ενός «σημειωτικού ανταρτοπόλεμου», δηλαδή για αντιθετικές αναγνώσεις της εικόνας στην κοινωνία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των ψευδών ειδήσεων και της μετα-αλήθειας.

Πρακτικές δεδομένων στην Επικοινωνία και τον Πολιτισμό (δεν θα διδαχθεί το ακαδ. Έτος 2020-2021)

Γιάννης Σκαρπέλος

Τόσο η ακαδημαϊκή έρευνα όσο και η επαγγελματική πρακτική στα πεδία της Επικοινωνίας (θεωρητικής και εφαρμοσμένης), της Δημοσιογραφίας, και του Πολιτισμού, στρέφονται την

τελευταία δεκαετία εντατικά στις υπολογιστικές μεθόδους αξιοποίησης δεδομένων μεγάλης κλίμακας (big data), για να ανακαλύψουν ιστορίες που δύσκολα μπορεί κανείς να τις εντοπίσει με άλλο τρόπο (όπως το wikileaks, το Luxileaks ή τα Panama Papers), να κατανοήσουν τάσεις που καθοδηγούν την πολιτική ή την καταναλωτική συμπεριφορά (από την Cambridge Analytics ως τα ρώσικα trolls στις αμερικανικές εκλογές του 2016, ως τη μαζική εξόρυξη και ανάλυση δεδομένων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την εξατομικευμένη διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών), να εμβαθύνουν σε πλευρές της πολιτισμικής πραγματικότητας που ως πρόσφατα μόνο θεωρητικά μπορούσαν να περιγραφούν (όπως π.χ. η έννοια του «Κόσμου της Τέχνης»). Στο εργαστηριακό αυτό μάθημα, ένας περιορισμένος αριθμός φοιτητών θα έχει την ευκαιρία να γνωρίσει και να εφαρμόσει κάποιες από τις τεχνικές αυτές για την εξόρυξη, ανάλυση και οπτικοποίηση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο ή και να αξιοποιήσει υφιστάμενα σώματα δεδομένων για δευτερογενή επεξεργασία αναζητώντας τις άγνωστες ιστορίες που μπορεί να κρύβουν.

410192. Εισαγωγή στη σύγχρονη τέχνη

Σπύρος Μοσχονάς (Διδάσκων ΕΣΠΑ)

Το μάθημα αποτελεί μια επισκόπηση της εξέλιξης της τέχνης από το 1945 έως τις μέρες μας με έμφαση στην Ευρώπη και την Ελλάδα.

Αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητριών/-τών με

- τα βασικά ρεύματα της μεταπολεμικής τέχνης,
- τις κοινωνικές – πολιτικές – ιδεολογικές συνθήκες και προϋποθέσεις μέσα στις οποίες αναδύθηκαν,
- την ποικιλομορφία των εκφραστικών μέσων και τις νέες μορφές τέχνης (π.χ. εγκαταστάσεις, φωτογραφία, βιντεοτέχνη, ψηφιακές μορφές τέχνης, τέχνη του δρόμου),
- τις αλλαγές στον τρόπο παραγωγής, προβολής και διακίνησης των έργων τέχνης,
- τον ρόλο των θεσμών, των επιμελητών και των καλλιτεχνών μέσα στο νέο τοπίο που διαμορφώθηκε στο πεδίο της τέχνης τα τελευταία 50 περίπου χρόνια και
- τις βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις στη μελέτη της σύγχρονης τέχνης.

410328. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων στη Δημόσια Διοίκηση

Φανή Παναγοπούλου (Τμήμα Δημ. Διοίκησης)

Βλ. περιγραφή μαθήματος στην Ιστοσελίδα του Τμήματος Δημόσιας Διοίκησης.



Η΄ Εξάμηνο

410245 Εργαστήριο Πολιτισμού VII: Η εμπλοκή του κοινού στην πολιτιστική εμπειρία

Υπεύθυνη: Ανδρομάχη Γκαζή

Συνεργάτιδες: Δρ Φωτεινή Βενιέρη (μεταδιδακτορική φοιτήτρια Τμήματος), Σταυρούλα Δαργωνάκη, Μαρία Παπαδοπούλου, Φωτεινή Σαλμούκα (Υποψήφιας διδάκτορες Τμήματος)

Το εργαστήριο εστιάζει στην έρευνα κοινού και πρόσληψης στο πεδίο του πολιτισμού. Στόχος του είναι η εξοικείωση των φοιτητριών/τών με διαφορετικές προσεγγίσεις στη συμμετοχή και την εμπλοκή του κοινού και η διερεύνηση διαφορετικών μορφών συμμετοχής και εμπλοκής, όπως αυτές αναδύονται σε διαφορετικά πολιτιστικά πεδία και είδη πολιτιστικών πρακτικών.

410246. Εργαστήριο πολιτισμού VIII: Σχεδιασμός και οργάνωση εκθέσεων

Ανδρομάχη Γκαζή

Το εργαστήριο αποσκοπεί στην εξοικείωση των φοιτητριών/-ών 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 μαθημάτων 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 φοιτήτριες/-ές 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 εννέα εκθέσεις:

1. «Βυζαντινές Επί-Σκέψεις. 21 φοιτητές παρεμβαίνουν στο Βυζαντινό Μουσείο», Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο Αθηνών (2008)
2. «Ο κύριος Σλήμαν δεν είναι εδώ», Νομισματικό Μουσείο (2009)
3. «Στη σκηνή σε καλώ. Μεταμορφώσεις του αρχαίου θεάτρου: 6ος αι. π.Χ. – 21ος αι. μ.Χ.», πολυχώρος πολιτισμού «Αθηναΐς» (2010)
4. Μόνιμο έκθεμα «Η Αγορά» στο Παιδικό Μουσείο (2011)
5. «Πολιτική γελοιογραφία σε περιόδους κρίσης», πολυχώρος Pop up 123 (2012)
6. «Συγγρού 136», Πάντειο Παν/μιο (2013)
7. «Γκάζι, ακούς;» Βιομηχανικό Μουσείο Φωταερίου, Τεχνόπολις Δήμου Αθηναίων (2016)
8. «... ιστορίες πίσω από την Ιστορία», Εθνικό Ιστορικό Μουσείο (2017)
9. Μόνιμη έκθεση «Το θέατρο στ' ακροδάχτυλα», Εργαστήριο ΜΑΙΡΗΒΗ (2018)

410247. Εργαστήριο δημοσιογραφίας VII: Η μεγάλη φόρμα (Δεν θα διδαχθεί το ακαδ. έτος 2010-21)

Νίκος Μπακουνάκης

Στο εργαστήριο αυτό οι φοιτήτριες και οι φοιτητές διδάσκονται τη μέθοδο της μεγάλης φόρμας και δοκιμάζουν τις δεξιότητές τους στην αφήγηση και στη σύνθεση. Ο στόχος είναι η παραγωγή μιας δημοσιογραφικής ιστορίας μεγάλης φόρμας (6.000-10.000 λέξεις ή το ανάλογο σε πολυμεσική μορφή). Στο εργαστήριο διερευνάται επίσης το reading and writing journalism as literature και παρουσιάζονται παραδείγματα που κινούνται στη λεπτή γραμμή δημοσιογραφίας και λογοτεχνίας (Νόρμαν Μείλερ, Τρούμαν Καπότε, Ζορζ Σιμενόν, Σβετλάννα Αλεξίεβιτς κ.ά)

410248. Εργαστήριο δημοσιογραφίας VIII: Παραγωγή περιεχομένου για on-line & web TV

Υπεύθυνος: Π. Βατικιώτης

Συνεργάτιδα: Α. Λαμπρινίδη (Online Marketing & Social Media Section Manager, COSMOTE)

N. Μύρτου (Ε.ΔΙ.Π. ΕΚΠΑ)

Στόχος του εργαστηρίου είναι η άσκηση των φοιτητών της κατεύθυνσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στις τεχνικές της πολυμεσικής δημοσιογραφίας και η εξοικείωσή τους με τις νέες

αφηγηματικές τεχνικές που εφαρμόζονται στις ψηφιακές πλατφόρμες. Στο πλαίσιο αυτό αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των νέων μέσων, παρουσιάζονται τα ζητήματα της διαδικτυακής δημοσιογραφίας καθώς και οι μέθοδοι δημοσιογραφικής έρευνας στο νέο ψηφιακό περιβάλλον. Εξετάζεται η σχέση της δημοσιογραφίας με τα νέα μέσα και ειδικότερα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι φοιτήτριες και οι φοιτητές διδάσκονται τη χρήση των νέων μέσων και 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.

410266. Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων VI: Διαχείριση

Κρίσεων – Προσομοίωση στο Φυσικό Κόσμο και στα Social Media

Υπεύθυνη: Μπ.Τσακαρέστου, Αν. Καθηγήτρια και επικεφαλής του εργαστηρίου

Συνεργάτης : Μ. Ξένου, CEO Reliant Communications

Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν να αναγνωρίζουν, να προετοιμάζονται ώστε να προλαμβάνουν και να διαχειρίζονται κρίσεις κατά τα διαφορετικά στάδια εξέλιξής τους, στο πλαίσιο οργανισμών και κρατών. Μέσα από την εξοικείωση με τη θεωρία, τη μεθοδολογία και σε συνδυασμό με το τη βιωματική προσέγγιση που προσφέρει η διοργάνωση μιας άσκησης προσομοίωσης διαχείρισης κρίσης με βάση ένα δυναμικό σενάριο που εξελίσσεται “σε πραγματικό χρόνο” στο φυσικό κόσμο και στο ψηφιακό περιβάλλον, οι φοιτητές αποκτούν καλύτερη αντίληψη της συνθετότητας της διαχείρισης κρίσεων. Ασκούνται στην αξιολόγηση αναδυόμενων και σε εξέλιξη κρίσεων, αναλύουν το διεθνές περιβάλλον των ψηφιακών και ηλεκτρονικών μέσων, διαμορφώνουν σενάρια, αξιολογούν κριτικά τις συνέπειες και τις δυνατότητες υπεύθυνης επίλυσης και αποκατάστασης της φήμης και αξιοπιστίας των εμπλεκόμενων οργανισμών.

Δομή:

1. Εντατικό Workshop- Μιλώντας για τις κρίσεις: Μύθοι, πραγματικότητες, προκλήσεις. Η κρίση ως η νέα "κανονικότητα".
2. Προετοιμασία για μια ενδεχόμενη κρίση.
Issues Management-Situational Analysis
3. Τύποι κρίσεων- Ανάλυση περιπτώσεων από την τρέχουσα διεθνή επικαιρότητα
4. Media Training
5. Social Media Engagement- Επικοινωνία και διάλογος μέσα από τα social media σε συνθήκες διαχείρισης κρίσεων
6. Μεθοδολογία διαχείρισης κρίσεων και επικοινωνίας
- 7-9 Crisis Simulation Game- Προσομοίωση διαχείρισης κρίσεων βάσει δυναμικού σεναρίου
10. Αξιολόγηση, συζήτηση του crisis simulation game
- 11-12 Crisis debates

410268. Εργαστήριο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων VIII: Ηγεσία και συναισθηματική νοημοσύνη

Υπεύθυνη: Δήμητρα Ιορδάνογλου

Συνεργάτιδες: Βάλια Καρατοσίδη, M.Sc., Νευροψυχολόγος, Ψυχοθεραπεύτρια, Υποψήφια Διδάκτωρ Τμήματος, Ζωή Λιόλιου, M.Sc., Coach, Σύμβουλος Ανάπτυξης Δεξιοτήτων, Συγγραφέας

Σε ένα ραγδαία μεταβαλλόμενο εργασιακό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα και υψηλές απαιτήσεις, οι νέοι εργαζόμενοι χρειάζεται να προετοιμαστούν κατάλληλα ώστε, όχι μόνο να αντιμετωπίσουν τις σύγχρονες προκλήσεις, 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 μελλοντικούς ηγέτες, βοηθώντας τους να αναπτύξουν ηγετικές ικανότητες (στρατηγική σκέψη, λήψη αποφάσεων, ανάπτυξη συνεργατών, ομαδική συνεργασία) και ικανότητες συναισθηματικής νοημοσύνης (αυτοπεποίθηση, αυτοδιαχείριση, διαχείριση στρες και χρόνου, ενσυναίσθηση, διεκδικητικότητα,).

Η μεθοδολογία βασίζεται στις αρχές της βιωματικής μάθησης και περιλαμβάνει ερωτηματολόγια αυτό-αξιολόγησης και 360ο ανατροφοδότησης, ατομικές και ομαδικές ασκήσεις για τη συνειδητοποίηση συναισθημάτων, σκέψεων και συμπεριφορών, βιωματικές δραστηριότητες για την εξάσκηση στις επιθυμητές συμπεριφορές, coaching/mentoring και team coaching, μέσα από τα οποία οι φοιτητές/τριες μαθαίνουν τρόπους να επικοινωνούν ανοιχτά και να συνεργάζονται πιο αποτελεσματικά.

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην ανάπτυξη ηγετικών ικανοτήτων με βάση τα ευρήματα των νευροεπιστημών για τον εγκέφαλο και την εφαρμογή τους στην ανθρώπινη συμπεριφορά, όπως μελετώνται από το νέο επιστημονικό πεδίο της νευροηγεσίας.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΟΙΝΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

410157. Ανάλυση μηνύματος

Μαριάννα Ψύλλα

Η ερμηνεία ενός μηνύματος ή λόγου ή κειμένου επιδιώκει την αποκωδικοποίησή του, δηλαδή τη μελέτη των χαρακτηριστικών του με τη χρήση διαφόρων μεθόδων και τεχνικών.

Το ενδιαφέρον μας επικεντρώνεται σε δύο βασικούς άξονες:

1. Μια θεωρητική και επιστημολογική προσέγγιση του μηνύματος στα πλαίσια της επικοινωνιακής πράξης. Διαπιστώνεται ότι η ερμηνεία και η ανάλυση ενός μηνύματος αποβλέπει από τη μια, στη σημασιολογική διερεύνηση, δηλαδή στην έρευνα των σημασιών, των εννοιών, που εμπεριέχει ένα μήνυμα αλλά επεκτείνεται επίσης και στους τρόπους παρέμβασης που ένας πομπός χρησιμοποιεί για να μεταβιβάσει ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο, δηλαδή τη μορφή του μηνύματος. Είναι αυτονόητο βεβαίως

ότι η σχέση μορφής και περιεχομένου είναι στενή, με τις ανάλογες επιδράσεις που μπορεί να επιφέρει ο ένας παράγοντας στον άλλον, όσον αφορά στο μήνυμα που μεταδίδεται.

2. Μια μεθοδολογική παρουσίαση του τρόπου ανάλυσης των χαρακτηριστικών ενός μηνύματος. Επιχειρείται έτσι, η παρουσίαση των διαφόρων μεθόδων και τεχνικών που χρησιμοποιούνται σε ποικίλες περιπτώσεις, σ' ένα μεγάλο αριθμό κοινωνικών πρακτικών, με στόχο την ερμηνεία και κατανόησή τους. Η προσέγγιση αυτή θα μας δώσει τη δυνατότητα, μέσα από τη χρησιμοποίηση παραδειγμάτων, να κρίνουμε τις εφαρμογές της κάθε μεθόδου, να συγκρίνουμε τη χρήση των επιμέρους μεθόδων, να διαπιστώσουμε τα όριά τους καθώς και την αναγκαιότητα πολύ συχνά της αναφοράς σε περισσότερες από μια μεθόδους για την αποτελεσματικότερη κατανόηση των χαρακτηριστικών ενός μηνύματος. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά σε τέσσερις μεθόδους, α) κλασική θεματική ανάλυση, β) γλωσσολογική προσέγγιση, γ) σημειολογική, δ) ανάλυση της επιχειρηματολογίας.

410087. Δίκαιο των Μέσων II: Δίκαιο της ραδιοτηλεόρασης

Ιωάννα Κική

Στο μάθημα αυτό αντιμετωπίζονται τα ειδικά θέματα της συνταγματικής προστασίας της ραδιοτηλεόρασης, του ισχυρότερου μέσου μαζικής ενημέρωσης, σε σύγκριση και αντιδιαστολή προς τα βασικά ζητήματα της συνταγματικής αντιμετώπισης του Τύπου. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στα θέματα επιβολής λογοκρισίας επί του περιεχομένου των ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων και άμεσου κρατικού ελέγχου επί της συνολικής ραδιοτηλεοπτικής δραστηριότητας καθώς και στο πρόβλημα της νομικής κατοχύρωσης ενός ατομικού δικαιώματος εκπομπής.

Ιδιαίτερη μνεία γίνεται στην πρόσβαση σε ραδιοτηλεοπτική πληροφόρηση, στα δικαιώματα των δημοσιογράφων, στη θεσμική οργάνωση των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών και επιχειρήσεων, στις αρμοδιότητες του ΕΣΡ και στα προβλήματα του αθέμιτου ανταγωνισμού μεταξύ τους.

Τέλος, κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, μελετώνται όλα τα νομοθετικά κείμενα, που αφορούν στην οργάνωση της ελληνικής ραδιοτηλεόρασης, καθώς και τα διεθνή και κοινοτικά κείμενα, τα οποία αναφέρονται γενικά στην θεσμική οργάνωση του ραδιοτηλεοπτικού τομέα.

410210. Εικόνα και πολιτισμός: Υπολογιστική ανάλυση οπτικού πολιτισμού

Γιάννης Σκαρπέλος

Στο μάθημα επιχειρείται μια συνθετική πρόταση με την οποία εντάσσεται η ανάλυση της εικόνας στο ευρύτερο κοινωνικό, οικονομικό, πολιτικό και πολιτισμικό της πλαίσιο. Με αφετηρία τα εξώφυλλα των δίσκων της ελληνικής δισκογραφίας της περιόδου 1960-2016, ακολουθούμε τα κύρια σημεία της κοινωνικής, οικονομικής και πολιτικής ιστορίας της μεταπολεμικής Ελλάδας, ανιχνεύουμε την επίδρασή τους στη μουσική βιομηχανία και την ιστορία της, και ελέγχουμε την αποτύπωσή τους στα χρώματα και την υφή των εικόνων στα εξώφυλλα των δίσκων. Αξιοποιούμε μεθόδους των digital humanities και της computational social science, προσεγγίσεις που στηρίζονται στα big data, σε διάλογο με τη σημειωτική των πλαστικών σημείων. Εφόσον οι συνθήκες το επιτρέψουν, εκτός από τις διαλέξεις το μάθημα θα

συνοδεύεται και από εργαστήριο για την εξοικείωση των ενδιαφερομένων φοιτητών και φοιτητριών με τις μεθόδους αυτές.

410309. Νεοελληνική λογοτεχνία στα ΜΜΕ

Ελισάβετ Αρσενίου

Το μάθημα αυτό αφορά τη σχέση ανάμεσα στη νεοελληνική λογοτεχνία και τις ποικίλες μορφές των σύγχρονων μέσων (Τύπος, ραδιοτηλεοπτικά και ηλεκτρονικά μέσα). Συγκεκριμένα επικεντρώνεται στους τρόπους με τους οποίους η ίδια η νεοελληνική λογοτεχνία αλλά και ο κριτικός και θεωρητικός λόγος για αυτήν τοποθετούνται σε ένα δίκτυο μαζικής επικοινωνίας οπτικό, ηχητικό και διαδραστικό. Θίγονται ζητήματα όπως: η ιστορική διαμόρφωση των νεοελληνικών λογοτεχνικών ειδών και του κανόνα, το επάγγελμα του λογοτέχνη, η λογοτεχνία σε σχέση με την επικαιρότητα, η νεοελληνική λογοτεχνία στον Τύπο και την τηλεόραση, η κριτική λογοτεχνίας στα Μέσα, το λογοτεχνικό ρεπορτάζ, η ταξιδιωτική γραφή, οι στήλες, τα blogs, οι εκπομπές περί νεοελληνικής λογοτεχνίας. Παράλληλα, προτείνονται τρόποι προσέγγισης του λογοτεχνικού εντός του επικοινωνιακού/πολιτιστικού/πληροφοριακού κ.ά. πεδίου των Μέσων. Δοκιμάζονται πρακτικές εφαρμογές.

410186. Νομικό και θεσμικό πλαίσιο του πολιτισμού

Μαρίνα Μαρκέλλου (Διδάσκουσα ΕΣΠΑ)

Στο μάθημα αυτό επιδιώκεται η εισαγωγή των φοιτητριών και των φοιτητών στη νομική προσέγγιση του πολιτιστικού φαινομένου, μέσω της εξέτασης των κύριων πεδίων του δικαίου του πολιτισμού, αλλά και στη λειτουργία των θεσμών που εποπτεύουν τους διάφορους τομείς πολιτισμικής έκφρασης και σχεδιάζουν/υλοποιούν τις αντίστοιχες δημόσιες πολιτικές.

Αναλύονται κριτικά οι κύριοι άξονες της ελληνικής νομοθεσίας για την πολιτιστική κληρονομιά και τον σύγχρονο πολιτισμό σε σύγκριση και με τα βασικά κείμενα και τις νέες τάσεις του σχετικού διεθνούς και ευρωπαϊκού δικαίου.

Ιδιαίτερη συζήτηση γίνεται για ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων (εισαγωγικές έννοιες & βασικές ρυθμίσεις στον χώρο της καλλιτεχνικής δημιουργίας). Η συζήτηση διεξάγεται και με τη βοήθεια επίκαιρων παραδειγμάτων, που έχουν όχι μόνο νομικό αλλά και ευρύτερο πολιτικό ενδιαφέρον.

410139. Πτυχιακή εργασία

Η πτυχιακή εργασία δηλώνεται ως μάθημα στο Η' εξάμηνο σπουδών, κατατίθεται από τους φοιτητές στον Επιβλέποντα/ουσα Καθηγητή/τρια και εξετάζεται στα πλαίσια της εξεταστικής περιόδου του Εαρινού Εξαμήνου και σε περίπτωση μη προβιβάσιμου βαθμού στην επαναληπτική εξεταστική περίοδο του Σεπτεμβρίου. Σε περίπτωση αποτυχίας και στις δύο εξεταστικές περιόδους, ο φοιτητής έχει δικαίωμα να δηλώσει στο επόμενο ακαδημαϊκό έτος την Πτυχιακή του εργασία ως οφειλόμενο μάθημα του Ζ' εξαμήνου (**κωδ. 410152**) και να εξεταστεί στην εξεταστική περίοδο του Χειμερινού Εξαμήνου.

Σημείωση: Σε κάθε περίπτωση η επιτυχής εξέταση στην Πτυχιακή Εργασία καταχωρείται πάντα ως μάθημα του **Η' εξαμήνου σπουδών για τη λήψη του πτυχίου.**

410163. Πρακτική Άσκηση

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 στις φοιτήτριες και 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 όσες/όσοι συμμετάσχουν, εφόσον εν τω μεταξύ δεν ολοκληρώσουν τις σπουδές τους, δεν βαθμολογούνται, αλλά πιστώνονται με 3 διδακτικές μονάδες.

