

Διάταξη Θεματικής Ενότητας ΠΠΑ522/Πολιτιστική Επικοινωνία

Σχολή	ΣΑΚΕ	Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών	
Πρόγραμμα Σπουδών	ΠΠΑ	Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη	
Θεματική Ενότητα	ΠΠΑ522	Πολιτιστική Επικοινωνία	
Επίπεδο	Προπτυχιακό		Μεταπτυχιακό
		Μάστερ	Διδακτορικό
		√	
Γλώσσα Διδασκαλίας	Ελληνική		
Τύπος Διδασκαλίας	Εξ αποστάσεως		
Τύπος Θεματικής Ενότητας	Υποχρεωτική		Επιλογής
			√
Αριθμός Ομαδικών Συμβουλευτικών Συναντήσεων	Σύνολο	Φυσική Παρουσία	Τηλεσυναντήσεις
	5	-	5
Αριθμός Εργασιών	2		
Υπολογισμός Τελικής Βαθμολογίας	Εργασίες	Δραστηριότητες	Τελικές Εξετάσεις
	30%	10%	60%
Αριθμός Ευρωπαϊκών Πιστωτικών Μονάδων (ECTS)	15		

Περιγραφή Θεματικής Ενότητας

Η Θεματική Ενότητα ΠΠΑ522, «Πολιτιστική Επικοινωνία», έχει ως αντικείμενό της την επικοινωνία των πολιτιστικών οργανισμών και, συγκεκριμένα, το μάρκετινγκ των τεχνών, δηλαδή τον τομέα των εργαλείων ανάλυσης, έρευνας και σχεδιασμού της επικοινωνιακής στρατηγικής ενός πολιτιστικού οργανισμού.

Εξετάζει το σύγχρονο τοπίο της πολιτιστικής κατανάλωσης, τους παράγοντες διαμόρφωσης των πολιτιστικών συνηθειών και προτιμήσεων του κοινού, καθώς και τους τρόπους μεθοδικής διάγνωσης των τελευταίων μέσω της έρευνας κοινού. Μελετά διαφορετικές προσεγγίσεις, τεχνικές και εργαλεία στρατηγικής επικοινωνίας των πολιτιστικών οργανισμών, καθώς και τους τρόπους αξιοποίησης των μέσων επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στα ψηφιακά / διαδικτυακά μέσα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Έμφαση δίνεται επίσης στη μεθοδολογία τμηματοποίησης κοινού, με αναφορές στα συστήματα ACORN και MOSAIC και εξετάζονται ορισμένες βασικές κατηγορίες πολιτιστικών οργανισμών προκειμένου να μελετηθούν διεξοδικά οι επικοινωνιακές τους ιδιαιτερότητες.

Η Θεματική Ενότητα εστιάζει συγκεκριμένα:

- Στα εργαλεία ανάλυσης, έρευνας και σχεδιασμού της επικοινωνιακής στρατηγικής ενός πολιτιστικού οργανισμού.
- Στην ανάλυση και κατανόηση των βασικών εννοιών του πολιτιστικού μάρκετινγκ ή μάρκετινγκ των τεχνών.
- Στην ανάλυση και κατανόηση του σύγχρονου τοπίου πολιτιστικής κατανάλωσης.
- Στην κατανόηση παλαιότερων και σύγχρονων επικοινωνιακών θεωριών.
- Στην εξέταση των τεχνικών και εργαλείων της στρατηγικής επικοινωνίας των πολιτιστικών οργανισμών.
- Στους τρόπους αξιοποίησης των μέσων επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στα ψηφιακά / διαδικτυακά και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Στη μεθοδολογία τμηματοποίησης κοινού, με αναφορές στα συστήματα ACORN και MOSAIC.
- Στο μάρκετινγκ διαφορετικών κατηγοριών πολιτιστικών οργανισμών (μουσεία, οργανισμοί παραστατικών τεχνών, πινακοθήκες, δημιουργικές επιχειρήσεις).

Προ-απαιτούμενες Θεματικές Ενότητες

--	--

Συν-απαιτούμενες Θεματικές Ενότητες

--	--

Σύνθεση Βαθμολογίας

Τρόπος Αξιολόγησης	Βαρύτητα στον τελικό βαθμό	Φόρτος εργασίας	
		Ωρες	ECTS
Εβδομαδιαίες Διαδραστικές Δραστηριότητες	10%	280 - 330	11
Εργασία 1	15 %	50 - 60	2
Εργασία 2	15 %	50 - 60	2
Τελική/Επαναληπτική Εξέταση	60 %	3	-
Σύνολο	100%	375 - 450	15

Κανονισμοί Βαθμολογίας και Τρόποι Αξιολόγησης

- Ένας/Μια φοιτητής/-τρια βαθμολογείται με 9, εάν συγκεντρώσει το 90% της πιθανής βαθμολόγησης, δηλαδή, $90\% \cdot 10 = 9$, και ούτω καθεξής.
- Βαθμός επιτυχίας (Passing rate)
 - 50% στις Γραπτές Εργασίες
 - 50% στις Διαδραστικές Δραστηριότητες
 - Δικαίωμα συμμετοχής στις τελικές εξετάσεις μιας Θ.Ε. έχουν οι φοιτητές/-τριες που κατοχύρωσαν τον ελάχιστο απαιτούμενο βαθμό ($\geq 50\%$) τόσο στις Γραπτές Εργασίες όσο και στις Διαδραστικές Δραστηριότητες
 - 50% στην Τελική εξέταση

Αν ένας/μία φοιτητής/-τρια συγκεντρώσει βαθμολογία με δεκαδικό ψηφίο, τότε αυτό στρογγυλοποιείται στην πλησιέστερη μισή μονάδα.