

Εκστρατείες Επικοινωνίας & Έρευνες Κοινού

Περιγραφές μαθημάτων

Περιεχόμενα

A. Χειμερινό εξάμηνο

Θεωρητικές και Ερευνητικές Προσεγγίσεις του Κοινού.....	2
Επιδράσεις των Μέσων.....	5
Στρατηγικές Επικοινωνίας των Παγκόσμιων Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων	7
Θεωρία και Ανάλυση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης	9
Σχεδιασμός και Υλοποίηση Εκστρατειών Επικοινωνίας	11

B. Εαρινό εξάμηνο

Μεθοδολογία Έρευνας της Επικοινωνίας και του Πολιτισμού	14
Σχεδιασμός, Διεξαγωγή και Ανάλυση Ερευνών Κοινού.....	16
Παγκόσμιο κοινό.....	17
Εφαρμοσμένη Ανάλυση Δεδομένων	19

A. Χειμερινό εξάμηνο

Θεωρητικές και Ερευνητικές Προσεγγίσεις του Κοινού

1. Γενικά

Διδάσκων:	Αλέξανδρος Μπαλτζής
Τύπος μαθήματος:	Υποχρεωτικό
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να προσδιορίζουν και να αναγνωρίζουν τους διαφορετικούς τρόπους θεώρησης του κοινού
- Να προσαρμόζουν κατάλληλα τις θεωρητικές προσεγγίσεις στην ερευνητική πρακτική, καθώς και στην προσπάθεια κατανόησης του κοινού στο οποίο απευθύνονται μέσω εκστρατειών επικοινωνίας, μέσω των δημοσίων σχέσεων, αλλά και με ενέργειες ή δράσεις για την ανάπτυξή του
- Να πραγματοποιούν τμηματοποίηση του κοινού, δηλαδή να ορίζουν τις κατηγορίες στις οποίες απευθύνονται και να αναγνωρίζουν τα βασικά τους χαρακτηριστικά
- Να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια τους στόχους εκστρατειών επικοινωνίας και άλλων επικοινωνιακών ενεργειών, σε συνάρτηση με τις κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται
- Να σχεδιάζουν έρευνες και μελέτες προσαρμοσμένες κατάλληλα και ανάλογα με (α) την κατηγορία ή τις κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται και (β) την προσέγγιση ή τις προσεγγίσεις που επιλέγουν

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

Το μάθημα πραγματεύεται θεωρίες και εμπειρικές έρευνες για το κοινό, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε εκείνες που λαμβάνουν υπόψη τον πρωτοφανή κατακερματισμό του και αναλύουν την προτίμηση και την πρόσληψη του πολιτιστικού και άλλου περιεχομένου, καθώς και τους παράγοντες που τις επηρεάζουν, πηγαίνοντας πέρα από τα βασικά κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά. Εστιάζει ιδιαίτερα στις θεωρίες και τις έρευνες, που αναπτύσσονται από τις δεκαετίες του '80 και του '90 στο πλαίσιο των πολιτισμικών σπουδών και των κοινωνιολογικών αναλύσεων, για τους τρόπους με τους οποίους οι διαφορετικές κατηγορίες κοινού προσλαμβάνουν και ερμηνεύουν τα μηνύματα στο πεδίο της δημόσιας επικοινωνίας, αξιοποιώντας τα για να διαμορφώσουν ιδέες, αξίες και πεποιθήσεις τις οποίες εσωτερικεύουν. Με την ενεργή συμμετοχή των φοιτητών στην παρουσίαση, συζήτηση και ανάλυση ποικίλων θεωριών και κυρίως των εμπειρικών ερευνών στις οποίες στηρίζονται ή με τις οποίες ελέγχονται, επιδιώκεται η κατανόηση των βασικών θεωρητικών κατασκευών και ταυτόχρονα η άσκηση στην επεξεργασία τους, ώστε να καταστούν λειτουργικές για τις ανάγκες των ερευνών του κοινού των μέσων επικοινωνίας, των πολιτιστικών οργανισμών και των βιομηχανιών του πολιτισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες ασκούνται στην παραγωγή εμπειρικά παρατηρήσιμων και μετρήσιμων δεικτών, με τη βοήθεια των οποίων ανιχνεύονται και ερευνώνται οι επιμέρους σύνθετες έννοιες που απαρτίζουν τις διάφορες θεωρητικές και ερευνητικές προσεγγίσεις του κοινού. Παράλληλα, ασκούνται στην αποσαφήνιση και την παραγωγή κριτηρίων για την ανίχνευση ιδιαίτερων χαρακτηριστικών με τη βοήθεια των οποίων μπορεί να γίνει τμηματοποίηση του κοινού για τις ανάγκες και τους σκοπούς των εκστρατειών επικοινωνίας, των δημοσίων σχέσεων και του σχεδιασμού ενεργειών και δράσεων για την ανάπτυξή του.

Ενδεικτικό διάγραμμα του μαθήματος:

Οι έρευνες κοινού, η παραγωγή δεικτών και η τμηματοποίηση – εβδομάδα 1

Θεωρία της ομολογίας και της διάκρισης – εβδομάδες 2 & 3

Οι πολιτισμικοί παμφάγοι – εβδομάδες 4 & 5

Κωδικοποίηση/αποκωδικοποίηση – εβδομάδες 6, 7 & 8

Το κοινό ως εμπόρευμα, ως καταναλωτής και ως παραγωγός – εβδομάδες 9 & 10

Από τους πολίτες στους καταναλωτές: τμηματοποίηση και στόχευση – εβδομάδες 11 & 12

Παρουσίαση-συζήτηση επεξεργασμένων δεικτών και εργαλείων έρευνας κοινού – εβδομάδα 13

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διάλεξη, σεμινάριο, συζήτηση, άσκηση

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	21
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	18
Προετοιμασία παρουσιάσεων	20
Συγγραφή εργασίας	91
Μελέτη βιβλιογραφίας	100
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

1. Προφορική-συζήτηση παρουσίαση επιλεγμένων κειμένων
2. Συμμετοχή σε περιορισμένης έκτασης εμπειρική έρευνα
3. Τελική γραπτή εργασία

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (2002). *Η διάκριση: κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: Πατάκης.
- Butsch, R. (2001). Class and audience effects: A history of research on movies, radio, and television. *Journal of Popular Film and Television*, 29(3), 112–120.
- Butsch, R., & Livingstone, S. (2014). *Meanings of audiences. Comparative discourses*. London, New York: Routledge.
- Corner, J. (2001). Επανεκτίμηση της πρόσληψης: στόχοι, έννοιες και μέθοδοι. Στο J. Curran, & M. Gurevitch (Επιμ.), *Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Κοινωνία* (σσ. 393–426). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκης.
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New Media and Society*, 8(1), 139–158.
- Fiske, J., & Dawson, R. (2018). Audiencing violence: Watching homeless men watch Die Hard. Στο J. Hay, L. Grossberg, & E. Wartella (Επιμ.), *The Audience and its Landscape* (σσ. 297–316). New York, London: Routledge.
- Garnham, N. (2003). Τα ακροατήρια. Στο N. Garnham, *Χειραφέτηση και νεωτερικότητα: Ο ρόλος των μέσων μαζικής επικοινωνίας* (σσ. 174–213, κεφ. 6). Αθήνα: Εκδόσεις Κατανιώτη.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. Στο S. Hall, S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Επιμ.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (σσ. 117–127). London, New York: Routledge, Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Hay, J., Grossberg, L., & Wartella, E. (2018). *The audience and its landscape*. New York, London: Routledge.
- Hill, L., O'Sullivan, C., O'Sullivan, T., & Whitehead, B. (2018). Developing audiences. Στο L. Hill, C. O'Sullivan, T. O'Sullivan, & B. Whitehead, *Creative arts marketing* (3η έκδ., σσ. 28–55, κεφ. 2). London, New York: Routledge.
- Hornik, R. C. (2013). Why can't we sell human rights like we sell soap? Στο R. E. Rice, & C. K. Atkin (Επιμ.), *Public Communication Campaigns* (4η έκδ., σσ. 34–49). London: SAGE.
- Katz-Gerro, T. (2004). Cultural consumption research: Review of methodology, theory, and consequence. *International Review of Sociology*, 14(1), 11–29.
- Kemp, E., & Poole, S. M. (2016). Arts audiences: Establishing a gateway to audience development and engagement. *Journal of Arts Management Law and Society*, 46(2), 53–62.
- Livingstone, S. (1998). Audience research at the crossroads: The 'implied audience' in media and cultural theory. *European Journal of Cultural Studies*, 1(2), 193–217.
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86.

- Livingstone, S. (Επιμ.). (2005). *Audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere*. Bristol (UK), Portland (OR, USA): Intellect Books.
- Livingstone, S. (2013). The participation paradigm in audience research. *Communication Review*, 16(1-2), 21–30.
- McQuail, D. (2013). The media audience: A brief biography – stages of growth or paradigm change? *The Communication Review*, 16(1-2), 9–20.
- Morley, D. (2006). Unanswered questions in audience research. *The Communication Review*, 9(2), 101–121.
- Napoli, P. M. (2016). The audience as product, consumer, and producer in the contemporary media marketplace. Στο G. F. Lowe, & C. Brown (Επιμ.), *Managing media firms and industries: What's so special about media management?* (σσ. 261–275). Cham, Heidelberg, New York, Dordrecht, London: Springer International Publishing.
- Nightingale, V. (Επιμ.). (2011). *The handbook of media audiences*. Oxford (UK): Wiley-Blackwell.
- Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243–258.
- Seaman, W. R. (1992). Active audience theory: Pointless populism. *Media, Culture & Society*, 14(2), 301–311.
- Βιδάλη, Μ. (2012). Η τέχνη της φιλοτεχνίας. *Κοινωνικές Επιστήμες*, 1, 18–63.
- Εμμανουήλ, Δ. (2016). Πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης και κοινωνική διαστρωμάτωση στην Αθήνα: μερικές γενικές παρατηρήσεις για την ελληνική περίπτωση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 146, 189–228.
- Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ., & Σουλιώτης, Ν. (2016). Εισαγωγή: Κοινωνικές τάξεις και πολιτιστική κατανάλωση – μια πολλαπλά επίμαχη σχέση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 146.
- Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). *Πολιτιστική επικοινωνία: οργανισμοί, θεωρίες, μέσα*. Αθήνα: Κριτική.
- Παναγιωτόπουλος, Ν., & Βιδάλη, Μ. (2012). Ο κόσμος των παραστάσεων: Ο κοινωνικός χώρος του κοινού των θεάτρων. *Κοινωνικές Επιστήμες*, 1, 65–92.
- Παναγιωτόπουλος, Ν., & Βιδάλη, Μ. (2015). Ο κόσμος των παραστάσεων: Ο κοινωνικός χώρος του κοινού του χορού. *Κοινωνικές Επιστήμες*, 6, 82–123.

Επιδράσεις των Μέσων

1. Γενικά

Διδάσκων:	Αντώνης Γαρδικιώτης
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα μπορούν να:

- Κατανοούν, συγκρίνουν και να αξιολογούν τις σημαντικότερες θεωρητικές προσεγγίσεις της μελέτης των επιδράσεων των μέσων.
- Εφαρμόζουν και να συνθέτουν θεωρητικές προσεγγίσεις για την ερμηνεία και εξήγηση διαφόρων εκφάνσεων των επιδράσεων των μέσων.
- Σχεδιάζουν την εμπειρική διερεύνηση φαινομένων επιδράσεων.

Επίσης θα μπορούν να:

- Αναζητούν, εντοπίζουν και να αξιολογούν τη σχετική με τις επιδράσεις των μέσων επιστημονική βιβλιογραφία
- Συγγράφουν επιστημονικά κείμενα σύμφωνα με τους αποδεκτούς ακαδημαϊκούς κανόνες

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

- Εισαγωγικές έννοιες των επιδράσεων των μέσων / Μορφές επιδράσεων (γνωστικά σχήματα, στάσεις, στερεότυπα, ιδεολογία, συμπεριφορά).
- Μέτρηση επιδράσεων: σχετικές μεθοδολογίες.
- Κλασικές θεωρητικές προσεγγίσεις: θεωρίες πειθούς, κοινωνικογνωστική θεωρία.
- Σύγχρονα μοντέλα επιδράσεων: πλασίσωση, ημερήσια διάταξη, προέγερση.
- Σχεδιασμός και διερεύνηση φαινομένων επιδράσεων των μέσων.

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, παρουσιάσεις φοιτητών και συζητήσεις, πρακτική εφαρμογή

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	18
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	21
Προετοιμασία παρουσιάσεων	41
Συγγραφή εργασίας	100
Μελέτη βιβλιογραφίας	70
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Προφορική συζήτηση παρουσίαση επιλεγμένων κειμένων. Εκπόνηση μικρής έρευνας και δημόσια παρουσίαση. Τελική γραπτή εργασία.

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

Brock, T., & Green, M. (Eds.) (2005). *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (2nd Ed.). California: Sage. [BF637 .P4 P44]

- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *Media effects: Advances in theory and research* (3rd Ed.). New York: LEA. [HN90.M3 M415 2008]
- Giles, D. (2003). *Media psychology*. London: Erlbaum. [P96.P75G55]
- Harris, R. J. (2009). *A cognitive psychology of mass communication* (5th Ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum. [P96.P75 H37]
- Harwood, J., & Giles, H. (Eds.) (2005). *Intergroup communication: Multiple perspectives*. New York: Peter Lang.
- Nabi, R., & M.B. Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *The SAGE handbook of media processes and effects*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Στρατηγικές Επικοινωνίας των Παγκόσμιων Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων

1. Γενικά

Διδάσκων:	Χρήστος Φραγκονικολόπουλος
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ωρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με το πέρας του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να γνωρίζουν πως και γιατί υπάρχει θεαματική αύξηση των Παγκόσμιων Μη-Κυβερνητικών Οργανώσεων
- Να γνωρίζουν τις επικοινωνιακές στρατηγικές των ΠΜΚΟ και πως μέσα από αυτές ενισχύουν τη δράση τους για να θέσουν φραγμούς στην καταστροφή του περιβάλλοντος, να προστατέψουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και να θέσουν στην ατζέντα ζητήματα «χαμηλής» πολιτικής που τα κράτη και οι διακυβερνητικοί θεσμοί αγνοούν.

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

- Ορισμοί & Ερμηνείες ΠΜΚΟ.
- ΠΜΚΟ και η διαμόρφωση ενός παγκόσμιου επικοινωνιακού-πολιτικού χώρου με την ενασχόληση παγκόσμιων προβλημάτων, της προώθησης της διεθνικής προοπτικής-αλληλεγγύης και του πειραματισμού με νέες μορφές επικοινωνίας και κινητοποίησης των πολιτών, καθώς και της δημιουργίας εναλλακτικών χώρων συζήτησης της παγκόσμιας πολιτικής.
- Ρόλοι και στρατηγική επικοινωνία των ΠΜΚΟ στη διαδικασία της παγκόσμιας διακυβέρνησης, άλλοτε σε συνεργασία με τα κράτη και άλλοτε όχι.
- Επικοινωνιακή και πολιτική ανάδειξη προβλημάτων παγκόσμιας εμβέλειας, διάδοση παγκόσμιων αξιών, εκπροσώπηση αδυνάμων και η άσκηση επιρροής σε διεθνείς διακυβερνητικούς οργανισμούς.

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, παρουσιάσεις φοιτητών και συζητήσεις

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	31
Προετοιμασία παρουσιάσεων	50
Συγγραφή εργασίας	60
Μελέτη βιβλιογραφίας	70
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Παρουσίαση και γραπτή εργασία

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

Φραγκονικολόπουλος, Χ. Α. (2007). *Ο παγκόσμιος ρόλος των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων*. Αθήνα: Σιδέρης.

- Scholte, A. J. (2004). *Democratizing the global economy: The role of civil society*. University of Warwick, Centre for the Study of Globalization and Regionalization.
- Συρακούλης, Κ., & Αφουξενίδης, Λ. (επιμ.) (2008). *Η δυναμική και τα όρια της κοινωνίας πολιτών: ζητήματα management και διαχείρισης έργων από τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις*. Αθήνα: Προπομπός.
- Wapner, P. (2002). Horizontal politics: Transnational environmental activism and global cultural change. *Global Environmental Politics*, 2(1), 37-62.
- Yanacopoulos, H. (2005). The strategies that bind: NGO coalitions and their influence. *Global Networks*, 5(1), 93-110.
- Willetts, P. (2011). *Non-governmental organizations in world politics: The construction of global governance*. London and New York: Routledge.

Θεωρία και Ανάλυση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

1. Γενικά

Διδάσκοντες:	Ρήγας Κωτσάκης, Παναγιώτης Τσαρχόπουλος
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

- Κατανόηση των βασικών πλατφορμών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, κ.λπ.), καθώς και των λειτουργιών τους
- Εξοικείωση με τα αντίστοιχα περιβάλλοντα εργασίας
- Ανάλυση και κατανόηση των κύριων μετρικών καταγραφής της δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Εξοικείωση με τεχνικές εξαγωγής και ανάλυσης του πολυμεσικού περιεχομένου που αναρτάται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την ανακάλυψη γνώσης

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

1. Εισαγωγικό μάθημα - Παρουσίαση της δομής, στόχων και απαιτήσεων
2. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης - Εισαγωγικές έννοιες, βασικά χαρακτηριστικά, δημοφιλείς πλατφόρμες, βασικές μετρήσεις.
3. Facebook for Business
4. Twitter - Twitter API
5. LinkedIn - YouTube
6. Εργαλεία παρακολούθησης δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
7. Ανάθεση της 1ης εργασίας. Εργαστηριακή ενασχόληση με το θέμα της εργασίας (επιλογή κατάλληλου εργαλείου, εξοικείωση με το περιβάλλον του, έναρξη συλλογής δεδομένων)
8. Εργαλεία συλλογής περιεχομένου (κειμένα, ήχοι, εικόνες, βίντεο) σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης
9. Εξόρυξη πληροφορίας από πολυμεσικό περιεχόμενο
10. Ανάθεση 2ης εργασίας. Εργαστηριακή ενασχόληση με το θέμα της εργασίας
11. Σημαιολογική και σημειωτική ανάλυση περιεχομένου
12. Παρουσίαση 1ης εργασίας
13. Παρουσίαση 2ης εργασίας

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, συζήτηση σε μελέτες περιπτώσεων, εργαστηριακές ασκήσεις

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)</i>
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	-
Προετοιμασία παρουσιάσεων	20
Συγγραφή εργασίας	151
Μελέτη βιβλιογραφίας	40
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Εργασία, προφορική παρουσίαση

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

- Russell, M. A. (2013). *Mining the Social Web: Data Mining Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, GitHub, and More*. O'Reilly Media, Inc.
- Yang, S., Keller, F. B., & Zheng, L. (2016). *Social network analysis: methods and examples*. Sage Publications.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2018). *Analyzing social networks*. Sage Publications.
- Platt, E.L. (2019). *Network Science with Python and NetworkX Quick Start Guide: Explore and -visualize network data effectively*. Packt Publishing.
- Scott, J., & Carrington, P. J. (2011). *The SAGE handbook of social network analysis*. SAGE publications.

Σχεδιασμός και Υλοποίηση Εκστρατειών Επικοινωνίας

1. Γενικά

Διδάσκοντες:	Αντώνης Σκαμνάκης, Ιωάννα Κωσταρέλλα, Κλειώ Κεντερελίδου
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

- Να βοηθήσει στην ανάπτυξη της επικοινωνιακής ικανότητας και μιας κριτικής αντίληψης της θεωρίας της επικοινωνίας σε διάφορα πλαίσια της διεθνούς και τοπικής ανάπτυξης
- Να παρέχει μία ολιστική προσέγγιση, ενημέρωση και εξοικείωση με τις πρακτικές εκστρατειών επικοινωνίας στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής.
- Να εισάγει στη θεωρία και την πρακτική των εκστρατειών επικοινωνίας στο πλαίσιο της αναπτυξιακής δράσης και συνεργασίας, των παρεμβάσεων πληροφόρησης και γνώσης και του σημερινού πολύπλευρου δικτυωμένου διεθνούς περιβάλλοντος, μέσω μιας πρακτικής εμπειρίας και κατάρτισης.
- Να παρουσιάσει τα εννοιολογικά και πρακτικά εργαλεία για την ανάπτυξη και ανάλυση στρατηγικών και εκστρατειών επικοινωνίας για την υποστήριξη της ανάπτυξης και της αλλαγής
- Να ενισχύσει τις δεξιότητες και να εμβαθυνθούν οι γνώσεις γύρω από τη χρήση των στρατηγικών μέσων επικοινωνίας και των παρεμβάσεων επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται στη διεθνή αναπτυξιακή συνεργασία
- Να ευαισθητοποιήσει για τις στρατηγικές και εκστρατείες επικοινωνίας και να παρουσιάσει νέες προοπτικές και σύγχρονα ζητήματα και τις εξελίξεις στο επιστημονικό αυτό πεδίο
- Να καλλιεργήσει μια βιωματική και συνεργατική κουλτούρα για ένα μαθησιακό οικοσύστημα που δημιουργεί μια κοινοτική ομάδα επικοινωνιακών αξιολογητών και πρεσβευτών στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής.

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

Το μάθημα παρέχει μια ολοκληρωμένη, ενημερωμένη ματιά στο πεδίο των Εκστρατειών Επικοινωνίας στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής. Μέσω της θεωρητικής προσέγγισης αλλά και μιας πρακτικής εμπειρίας, εισάγει τη θεωρία και την πρακτική της επικοινωνίας για την προηγμένη κατανόηση του σχεδιασμού, της ανάλυσης και της αξιολόγησης των επικοινωνιακών εκστρατειών στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής. Περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τις κύριες επιστημονικές θεωρητικές και εφαρμοσμένες τάσεις και διερευνά περαιτέρω τη συνεχιζόμενη επέκταση και τις νέες εξελίξεις στον επιστημονικό αυτόν τομέα. Εστιάζει σε ένα ευρύ φάσμα παραδειγμάτων εκστρατειών διαφόρων τομέων και θεμάτων (π.χ. περιβάλλον, δημόσια υγεία, ανθρώπινα δικαιώματα, κρίσεις και συγκρούσεις, εκκλήσεις φόβου, εκδημοκρατισμός, δημόσια πολιτική και διπλωματία, ειρήνη, κοινωνικά πρότυπα, ανάπτυξη, ταξίδια, επιστήμη, ψηφιακές τεχνολογίες και κοινωνικό λογισμικό). Δίνεται έμφαση στην ανάλυση και ανάπτυξη στρατηγικών επικοινωνίας και εκστρατειών που έχουν προσανατολισμό στην αξία, έχουν κοινωνικό και παγκόσμιο αντίκτυπο, οικοδομούν ευαισθητοποίηση του κοινού και αμοιβαία επωφελείς σχέσεις, διασυνδέονται με κοινωνικές, πολιτιστικές, πολιτικές, οικονομικές, επικοινωνιακές πτυχές και παιδεία, ενεργοποιούν το κοινό και ενισχύουν την ικανότητα του αναφορικά με την εξουσία, τη συμμετοχή και την κοινωνική αλλαγή στο σημερινό πολύπλευρο και δικτυωμένο διεθνές περιβάλλον.

Θεματικές Ενότητες:

1. Ορισμός, Τυπολογία, Ανασκόπηση και Ιστορική Εξέλιξη
2. Χαρακτηριστικά, Λειτουργίες και Σημασία
3. Αειφορική και Βιώσιμη Ανάπτυξη και Κοινωνική Αλλαγή: Ορισμοί, Στόχοι, Ιστορική Εξέλιξη (UN SDGs, 2030 EU Agenda), Συμμετοχή της Κοινωνίας και Ενεργοποίηση Κοινού
4. Θεωρίες και Θεωρητικά Μοντέλα και Παραδείγματα
5. Στρατηγικός Σχεδιασμός: Αρχές, Στάδια Σχεδιασμού, Υλοποίηση και Αξιολόγηση
6. Εκστρατεία Επικοινωνίας: Αρχές, Στάδια Σχεδιασμού, Υλοποίηση και Αξιολόγηση
7. Τάσεις, Τεχνολογικές Εξελίξεις, Μελλοντικές Προκλήσεις
- 8.-11. Εκστρατείες Επικοινωνίας και Ειδικά Θέματα και Κοινωνικές Προκλήσεις (Περιβάλλον / Περιβαλλοντικές Προκλήσεις και Κλιματική Κρίση, Τουρισμός / Ταξίδια, Επιστήμη, Ανθρώπινα Δικαιώματα, Δημόσια Υγεία, Ειρήνη,

Φτώχεια και Ανάπτυξη, Πολιτική / Δημοκρατία και Κοινωνική Δράση/Αλλαγή, Κρίσεις, Συγκρούσεις και Μετα-Συγκρούσεις)

12. Το Επάγγελμα του Επικοινωνιολόγου (Αναλυτής και Σχεδιαστής Εκστρατειών Επικοινωνίας), Πνευματικά Δικαιώματα, Ηθική και Δεοντολογία

13. Παρουσίαση Δημιουργικών Projects Επικοινωνιακής και Αναπτυξιακής Δράσης, και Ομαδική Αξιολόγηση

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, Σεμινάρια και Εργαστήρια, Προσκεκλημένοι ομιλητές, Ομαδική συνΕργασία, Βιωματικές-Διαδραστικές-Δημιουργικές Ασκήσεις και Εφαρμογές, Πραγματολογικά Σενάρια, Περιπτώσεις Μελέτης και Παραδείγματα.

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	50
Προετοιμασία παρουσιάσεων	30
Συγγραφή εργασίας	70
Μελέτη βιβλιογραφίας	40
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	21
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

- Συμμετοχική Αξιολόγηση (συζήτηση, ομαδική εργασία, βιωματικές ασκήσεις και εφαρμογές) [20%],
- Διαμορφωτική Αξιολόγηση (ανεξάρτητη ατομική μελέτη, έρευνα, δημόσια υποστήριξη, ανάλυση περιπτώσεων μελέτης και παραδειγμάτων) [45%],
- Συνολική Αξιολόγηση (επιστημονική θεωρητική εργασία/δοκίμιο και δημιουργικό project, δημόσια παρουσίαση) [35%].

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

Wilkins, K. Tufte, T., & Obregon, R. (Eds.). (2014). *The Handbook of Development Communication and Social Change*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Rice, E. R., & Atkin, K. C. (2013). *Public Communication Campaigns* (4th edition). Sage.

Dillard, J. P., Weber, K. M., & Renata, G. V. (2007). The relationship between the perceived and actual effectiveness of persuasive messages: A meta-analysis with implications for formative campaign research. *Journal of Communication*, 57, 613–631.

Entman, M. R. (1993). Framing: Toward clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58.

Entman, M. R. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House’s Frame After 9/11. *Political Communication*, 20, 415–432.

Entman, M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power, *Journal of Communication*, 57, 163–173.

Eyben, R., & Moncrieffe, J. (2006). The Power of Labelling in Development Practice. *Institute of Development Studies (IDS) Policy Briefing*, 28(6), 1–4. Retrieved from <http://www.ids.ac.uk/files/dmfile/PB28.pdf>

Eyben, R., Harris, C., & Pettit, J. (2006). Introduction: Exploring Power for Change. *Institute of Development Studies (IDS) Bulletin*, 37(6), 1–10. Retrieved from <http://www.ids.ac.uk/files/dmfile/1Intro37.6.pdf>

Liu, B. F., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How Publics Respond to Crisis Communication Strategies: The Interplay of Information Form and Source. *Public Relations Review*, 37, 345–353.

Gelders, D., Bouckaert, G., & Van Ruler B. (2007). Communication Management in the Public Sector: Consequences for Public Communication about Policy Intentions. *Government Information Quarterly*, 24, 326–337.

L’Etang, J. (2009). Public Relations and Diplomacy in a Globalized World: An Issue of Public Communication. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 607–626.

- Moncrieffe, J., & Eyben, R. (2007). *The Power of Labelling: How People are Categorized and Why It Matters*. Institute of Development Studies (IDS). USA: Routledge.
- Moser, S., & Dilling, L. (Eds.). (2007). *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9–20.
- Engel, F., & Wilkins, K. (Eds.). (2012). Communication, Media and Development: Problems and Perspectives. *Nordicom Review*, 33/Glocal Times, issue 17/18.
- Hemer, O., & Tufte, T. (Eds.). (2005). *Media and Glocal Change. Rethinking Communication for Development*. Buenos Aires, Göteborg: CLACSO/Nordicom. Retrieved from <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/edicion/media/media.html>
- Lennie, J., & Tacchi, J. (2013). *Evaluating communication for development: a framework for social change*. New York: Routledge
- Mefalopulos, P., & Tufte, T. (2009). *Participatory Communication. A practical guide. World Bank Working Paper 170*. The World Bank.
- Patton, M. Q. (2012). *Essentials of utilisation-focused evaluation*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Quarry, W., & Ramírez, R. (2009). *Communication for another development: listening before telling*. London: Zed Books.

Β. Εαρινό εξάμηνο

Μεθοδολογία Έρευνας της Επικοινωνίας και του Πολιτισμού

1. Γενικά

Διδάσκων:	Αντώνης Γαρδικιώτης, Νικόλαος Τσιγγίλης
Εξάμηνο:	Εαρινό (Β)
Τύπος μαθήματος:	Υποχρεωτικό
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με το πέρας του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να γνωρίζουν τις έννοιες, την ορολογία και τις μεθόδους που εφαρμόζονται στην έρευνα του πολιτισμού και της επικοινωνίας
- Να αναζητούν αποτελεσματικά, να ανακτούν και να αξιολογούν κριτικά την υπάρχουσα επιστημονική αρθρογραφία
- Να μπορούν να επιλέγουν την κατάλληλη μέθοδο έρευνας ανάλογα με το ερώτημα που επιθυμούν να μελετήσουν
- Να σχεδιάζουν αποτελεσματικά έρευνες στο χώρο του πολιτισμού και της επικοινωνίας
- Να γνωρίζουν τις πιθανές αδυναμίες της έρευνας που σχεδιάζουν και να βρίσκουν τρόπους για να τις θεραπεύσουν

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

- (α) Εισαγωγή στην επιστημονική έρευνα
- (β) Καθορισμός του ερευνητικού προβλήματος
- (γ) Εισαγωγή στη δειγματοληψία
- (δ) Ποιοτικά χαρακτηριστικά μετρήσεων
- (ε) Ποσοτικοί ερευνητικοί σχεδιασμοί (πείραμα, επισκόπηση, έρευνα συσχέτισης)
- (στ) Ποιοτικές προσεγγίσεις (συνέντευξη, θεματική ανάλυση)
- (ζ) Μικτές μέθοδοι έρευνας

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, παρουσιάσεις φοιτητών και συζητήσεις, πρακτική εφαρμογή

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	-
Προετοιμασία παρουσιάσεων	41
Συγγραφή εργασίας	100
Μελέτη βιβλιογραφίας	70
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Συμμετοχική αξιολόγηση (συζήτηση, βιωματικές ασκήσεις και εφαρμογές)
Συνολική αξιολόγηση: α) εκπόνηση ερευνητικής πρότασης, β) γραπτές εξετάσεις

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

- Christensen, L. (2007). *Η πειραματική μέθοδος στην επιστημονική έρευνα*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Creswell, J W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.
- Gunter, B. (2000). *Media research methods: Measuring audiences' reactions and impact*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hewson, C. (2003). *Internet research methods: a practical guide for the social and behavioural sciences*. Sage.
- Jensen, K. B. (Ed.) (2002). *Handbook of media and communication research: Qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge.
- McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. Sage.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2015). Έρευνα στη Μαζική Επικοινωνία: Μια Εισαγωγή (Επιμ. Α. Γαρδικιώτης). Αθήνα: Πεδίο.
- Κυριαζή, Ν. (2011). *Η κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

Σχεδιασμός, Διεξαγωγή και Ανάλυση Ερευνών Κοινού

1. Γενικά

Διδάσκων:	Αντώνης Γαρδικιώτης, Νικόλαος Τσιγγίλης
Εξάμηνο:	Εαρινό (B)
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με το πέρας του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να γνωρίζουν τα διάφορα είδη ερευνών κοινού και τα στάδια διεξαγωγής των
- Να σχεδιάζουν αποτελεσματικά έρευνες κοινού σύμφωνα με τους στόχους που θέτουν
- Να αναπτύσσουν και να αξιολογούν κατάλληλες ερωτήσεις ανάλογα με την έρευνα
- Να μπορούν να υλοποιούν έρευνες κοινού μεγιστοποιώντας το βαθμό απόκρισης
- Να αναλύουν και να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των ερευνών κοινού

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

- Τρόποι συλλογής δεδομένων στις έρευνες κοινού
- Καθορισμός χαρακτηριστικών συμμετεχόντων και μέθοδοι επιλογής των
- Ανάπτυξη και αξιολόγηση κατάλληλων ερωτημάτων
- Κατανοώντας το βαθμό απόκρισης και μειώνοντας το σφάλμα των ερευνών κοινού
- Προετοιμασία και ανάλυση δεδομένων έρευνας κοινού

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, παρουσιάσεις φοιτητών και συζητήσεις, πρακτική εφαρμογή

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	-
Προετοιμασία παρουσιάσεων	51
Συγγραφή εργασίας	100
Μελέτη βιβλιογραφίας	60
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Συμμετοχική αξιολόγηση (συζήτηση, βιωματικές ασκήσεις και εφαρμογές), Συνολική αξιολόγηση (εκπόνηση μικρής έκτασης έρευνας κοινού και δημόσια παρουσίασή της)

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

De Leeuw, E. D., Hox, J., & Dillman, D. (2012). *International handbook of survey methodology*. Routledge.

Fan, W., & Yan, Z. (2010). Factors affecting response rates of the web survey: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 132-139.

Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.

Keusch, F. (2015). Why do people participate in Web surveys? Applying survey participation theory to Internet survey data collection. *Management Review Quarterly*, 65(3), 183-216.

Παγκόσμιο κοινό

1. Γενικά

Διδάσκων:	Νικόλαος Παναγιώτου
Εξάμηνο:	Εαρινό (B)
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

Με το πέρας του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Να αποκτήσουν ένα πλήρες και συστηματικό πλαίσιο γνώσεων
- Να κατανοήσουν τις έννοιες της δημοκρατίας και της κοινής γνώμης
- Να εξοικειωθούν με διαφορετικές σύγχρονες επιστημονικές θεωρήσεις και εννοιολογικά εργαλεία ανάλυσης της γνώμης σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο
- Να αποκτήσουν γνώση σε βάθος για μια σειρά από θέματα που έχουν απασχολήσει κατά καιρούς τη δημόσια συζήτηση και την κοινή γνώμη.

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

Στόχος του μαθήματος είναι να εξετάσει το διεθνές ακροατήριο των εκστρατειών επικοινωνίας ή των ΜΜΕ και τον τρόπο αποδοχής, απόρριψης ή ερμηνείας των μηνυμάτων που λαμβάνουν από τους παγκόσμιους παραγωγούς μέσων πχ τηλεόρασης, μουσικής, κινηματογράφου κλπ. Το μάθημα στηρίζεται στη γενικότερη θεωρητική προσέγγιση του αντικειμένου, αλλά και σε πιο εξειδικευμένες θεωρητικές και ερευνητικές περιοχές της διεθνούς βιβλιογραφίας.

1. ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη
2. Ορισμός και Περιγραφή Κοινού
3. Παγκόσμιο Κοινό
4. Τρόποι Μέτρησης Παγκόσμιου Κοινού
5. Κοινή Γνώμη και Παραπληροφόρηση
6. Προσεγγίζοντας το Παγκόσμιο Κοινό
7. Παγκόσμιοι Ειδησεογραφικοί Οργανισμοί και Παγκόσμιο Κοινό
8. Τάσεις εξελίξεις
9. Παρουσιάσεις Φοιτητών

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, Συζητήσεις, Πρακτικές Εφαρμογές

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Διαλέξεις & σεμινάρια	13
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	20
Προετοιμασία παρουσιάσεων	20
Συγγραφή εργασίας	70
Μελέτη βιβλιογραφίας	127
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

Η αξιολόγηση θα γίνει με 1) Παρουσίαση 2) Γραπτή Εργασία

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

1. Adrian Athique "Transnational Audiences: Media Reception on a Global Scale" Polity 2016
2. Virginia Nightingale "The Handbook of Media Audiences" Wiley-Blackwell 2013
3. Antonio Deruda "The Digital Diplomacy Handbook: How to use social media to engage with global audiences" Create Space Independent Publishing, 2015
4. Glenda Cooper "Reporting Humanitarian Disasters in a Social Media Age" Routledge 2018
5. Brian G. Southwell "Misinformation and Mass Audiences" University of Texas Press 2018

Εφαρμοσμένη Ανάλυση Δεδομένων

1. Γενικά

Διδάσκοντες:	Νικόλαος Τσιγγίλης, Αλέξανδρος Μπαλτζής
Εξάμηνο:	Εαρινό (B)
Τύπος μαθήματος:	Επιλογής
Ώρες/εβδομάδα:	3
ECTS:	10

2. Στόχοι του μαθήματος

- Να αποκτήσουν οι φοιτητές και οι φοιτήτριες βασικές γνώσεις και δεξιότητες στατιστικής ανάλυσης των ποσοτικών δεδομένων.
- Να κατανοήσουν πότε και πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν ορισμένες από τις πιο συνηθισμένες στατιστικές δοκιμασίες.
- Να κατανοήσουν τη σχέση ανάμεσα στη θεωρητική τεκμηρίωση, τη διατύπωση ερωτημάτων και υποθέσεων, το σχεδιασμό και τη διεξαγωγή της έρευνας, την ερμηνεία των αποτελεσμάτων.
- Να αναπτύξουν την ικανότητα κριτικής ανάλυσης του τρόπου με τον οποίο παρουσιάζονται οι επιστημονικές έρευνες.

3. Περίληψη περιεχομένου & ενδεικτικό διάγραμμα

Το μάθημα παρουσιάζει και αναλύει τεχνικές στατιστικής ανάλυσης με τη βοήθεια λογισμικού, οι οποίες απαντώνται στις περισσότερες ποσοτικές έρευνες στα πεδία των επιστημών της επικοινωνίας, αλλά και γενικότερα των κοινωνικών επιστημών. Με συγκεκριμένα παραδείγματα και ασκήσεις, και αξιοποιώντας υλικό από πραγματικές έρευνες, οι φοιτητές εξοικειώνονται με βασικά εργαλεία για την ανάλυση ποσοτικών δεδομένων από εμπειρικές έρευνες, με τους τρόπους με τους οποίους ερμηνεύονται τα αποτελέσματα, αλλά και με τους τρόπους με τους οποίους παρουσιάζονται, ιδιαίτερα στις επιστημονικές εργασίες. Το μάθημα δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε εκείνες τις στατιστικές δοκιμασίες που χρησιμοποιούνται στις περισσότερες έρευνες με τις οποίες ολοκληρώνεται το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στο Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ του ΑΠΘ. Παράλληλα, παρέχει εφόδια απαραίτητα για την κατανόηση ερευνών οι οποίες παρουσιάζονται συχνά στο δημόσιο λόγο, όπως οι δημοσκοπήσεις και άλλου τύπου ποσοτικές έρευνες, ενισχύοντας την ικανότητα της κριτικής ανάγνωσης και ερμηνείας τους.

Ενδεικτικό πρόγραμμα:

1. Εισαγωγή στις βασικές έννοιες της ανάλυσης δεδομένων (1η-2η εβδομάδα)
2. Σύγκριση μέσων τιμών (3η -4η εβδομάδα)
3. Ανάλυση διακύμανσης ενός παράγοντα (5η -6η εβδομάδα)
4. Συσχέτιση, Παλινδρόμηση, Πολλαπλή παλινδρόμηση (7η -8η εβδομάδα)
5. Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση (9η -10η εβδομάδα)
6. Σύγκριση συχνοτήτων κατηγοριών (11η εβδομάδα)
7. Παρουσίαση επιστημονικών άρθρων, εστίαση στις αναλύσεις και σχολιασμός τους ή εκπόνηση και παρουσίαση εργασιών (12η -13η εβδομάδα)

4. Διδακτικές & μαθησιακές μέθοδοι – αξιολόγηση

4.A. Τρόπος παράδοσης

Διαλέξεις, σεμινάρια και ασκήσεις

4.B. Οργάνωση διδασκαλίας

<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)</i>
Διαλέξεις & σεμινάρια	39
Παράλληλες ομιλίες, δραστηριότητες, κ.λπ.	-
Προετοιμασία παρουσιάσεων	20
Συγγραφή εργασίας	91

Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου (ώρες)
Μελέτη βιβλιογραφίας	100
Προετοιμασία προφορικής εξέτασης	-
Σύνολο Μαθήματος	250

4.Γ. Τρόπος αξιολόγησης φοιτητών

20% Συμμετοχή στη διαδικασία του μαθήματος (συζητήσεις, αναλύσεις, ασκήσεις).

30% Προφορική παρουσίαση επιστημονικών άρθρων με εστίαση στις αναλύσεις και σχολιασμό των στατιστικών αναλύσεων.

50% Γραπτή εργασία με ανάλυση και σχολιασμό των δεδομένων που θα προκύψουν από μικρής έκτασης εμπειρική έρευνα.

5. Συνιστώμενη βιβλιογραφία

Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 10*(7), 1–9.

Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS (and sex and drugs and rock 'n' roll)*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: SAGE.

Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate statistics: Use and interpretation* (2nd Ed.). Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.

Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C. (2004). *SPSS for introductory statistics. Use and interpretation* (2nd Ed.). Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.

Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual: A step-by-step guide to data analysis using SPSS for Windows* (Version 10). Crows Nest: Allen & Unwin.

Σειρά βίντεο εφαρμογής στατιστικών μεθόδων με τη χρήση του SPSS (<http://www.how2stats.net/p/home.html>).

Σειρά βίντεο SPSS από το London School of Economics (<http://www.lse.ac.uk/methodology/tutorials/SPSS/home.aspx>).

Βίντεο για τους βαθμούς ελευθερίας (<http://creative-wisdom.com/pub/df/default.htm>)