

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | ESPA | |
| **ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ** | | | |
|  |  | |  | |
| **ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ[[1]](#footnote-1)\*** | | | | 27η | | | | |
| **ΤΜΗΜΑ\*** | | | | Πολιτιστικής Διοίκησης | | | | |
| **ΚΥΚΛΟΣ\*** | | | | Α΄ Ειδική Φάση Σπουδών | | | | |
| **Τίτλος Μαθήματος / Εργαστηρίου\*** | | | | ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ,ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΑΡΧΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΑ ΝΟΗΜΑΤΑ | | | | |
| **Κωδικός Μαθήματος / Εργαστηρίου\*** | | | | 27-ΠΔ-07 | | | | |
| **Σύντομη Περιγραφή Μαθήματος / Εργαστηρίου** | | | | Σκοπός του μαθήματος είναι η απόδοση των βασικών εννοιών και νοημάτων σε τρεις καθοριστικούς τομείς όπως είναι ο πολιτισμός, ο αθλητισμός και ο τουρισμός που συνθέτουν **το χώρο της οικονομίας του ελεύθερου χρόνου**.  Στις θεματικές ενότητες του μαθήματος γίνεται εμβάθυνση των διαφόρων επιμέρους παραμέτρων. Πιο συγκεκριμένα στο πεδίο του **πολιτισμού** οι όροι «Πολιτιστικός», «Πολιτισμικός» και «Κουλτούρα» αναδεικνύουν πολυσήμαντα νοήματα και προσφέρουν νέες θεωρήσεις σε γνωστές έννοιες που συναντάμε στο πολυδιάστατο τοπίο συνάντησης πολιτισμού, κοινωνίας και οικονομίας όπως είναι: «Πολιτιστική Ανάπτυξη» και «Πολιτιστική Διαχείριση», «Πολιτισμικό Κεφάλαιο» και «Πολιτισμικοί Πόροι» ενώ θα αποτυπωθούν εννοιοδοτήσεις για την κουλτούρα όπως «ζωντανή κουλτούρα» και «κουλτούρα μιας περιόδου», «υπολειμματική κουλτούρα» και «αναδυόμενη κουλτούρα», διάφορες επιμέρους υποκουλτούρες κλπ. Επίσης, θα γίνουν αναφορές για κατηγοριοποιήσεις των πολιτιστικών αγαθών, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχουν και τις μορφές αξιακής βαρύτητας. Τέλος, θα αναλυθούν τα διαφορετικά μοντέλα πολιτιστικής πολιτικής όπως και οι στρατηγικές πολιτιστικής ανάπτυξης.  Στο πεδίο του **αθλητισμού** και αναψυχής θα προσεγγισθούν όλες οι μορφές και, κυρίως, ο ερασιτεχνικός και ο επαγγελματικός αθλητισμός, η άθληση για όλους και η δια βίου άθληση, ο σχολικός αθλητισμός και ο οργανωμένος αθλητισμός. Θα γίνουν αναφορές στους Οργανισμούς προαγωγής του αθλητικού προϊόντος και στους φορείς υποστήριξης των πολιτιστικών προϊόντων. Επίσης, θα αναλυθεί η αθλητική οικονομία και η αθλητική βιομηχανία όπως, επίσης, οι ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του αθλητικού προϊόντος, ενώ θα γίνουν αναφορές για την Ευρωπαϊκή Πολιτική στο Αθλητισμό.  Θα γίνουν αναφορές σε σημαντικά ζητήματα όπως είναι η καλλιέργεια της εξατομικευμένης άθλησης και της συλλογικής αθλητικής δραστηριότητας που σχετίζονται με την προαγωγή της σωματικής ευεξίας και της ψυχικής υγείας όπως και άλλα θέματα που σχετίζονται με το αθλητικό management και το αθλητικό marketing.  Τα πεδία του πολιτισμού και του αθλητισμού, ως πολιτισμική αθλητικοποίηση, συντίθενται στο τρίτο **πεδίο του χώρου της οικονομίας του ελεύθερου χρόνου που συνιστά ο τουρισμός.**  **Ο τουρισμός** θα οριστεί ως η συνάρθρωση φύσης, κληρονομιάς, εθίμων και παραδόσεων δηλαδή του πολιτισμού της καθημερινής ζωής ενός τόπου. Συνέπεια του προηγουμένου αποτελεί το γεγονός ότι ο πολιτισμός προωθείται ως το κατεξοχήν χαρακτηριστικό του τουριστικού κλάδου. Ο τουρισμός αποκτά πλέον την ιδιαίτερα σημαντική πολιτιστική του διάσταση ως μία ειδική μορφή τουρισμού όπου οι επισκέπτες-τουρίστες επιθυμούν να ανακαλύψουν, να γνωρίσουν και να βιώσουν στοιχεία της ταυτότητας της συγκεκριμένης περιοχής, τη γνωριμία με την ιστορία αλλά και με το σύγχρονο τρόπο ζωής, τη γαστρονομική κληρονομιά, τις δραστηριότητες διασκέδασης, αναψυχής, ψυχαγωγίας, αθλητισμού κλπ.Η ενεργή συμμετοχή του πολιτιστικού επισκέπτη και η βιωματική εμπλοκή του με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ενός τόπου, συντελεί καθοριστικά στην απόκτηση **εναλλακτικής**, **εξατομικευμένης και αυθεντικής πολιτιστικής εμπειρίας.**  Στον τομέα αυτό θα καταγραφούν και οι διάφορες εξειδικεύσεις όπως είναι ο **αθλητικός τουρισμός διοργανώσεων** (αθλητικά τουριστικά θέλγητρα και θέρετρα), ο **γαστρονομικός τουρισμός** **και ο πολιτιστικός αστικός τουρισμός** (τουρισμός πόλεων). | | | | |
| **Συνολικές Ώρες** | | | | **26 ώρες**. Αναλυτικά: ένα τρίωρο, τρία επτάωρα διδακτικών ωρών και δύο ώρες γραπτή εξέταση. | | | | |
| **Στόχος Μαθήματος** | | | | Στόχος του μαθήματος είναι οι σπουδαστές και οι σπουδάστριες να κατανοήσουν και να εξοικειωθούν με την πολλαπλότητα των βασικών εννοιών του πολιτισμού, του αθλητισμού και του τουρισμού ως αναπόσπαστα στοιχεία της κοινωνικότητας των ανθρώπων στο χώρο και το χρόνο και τη σύνδεσή τους με τις μορφές βιώσιμης ανάπτυξης και αειφορίας. | | | | |
| **Ειδικοί στόχοι:** | | | |  | | | | |
| 1. **Γνώσεις** | | | | * **Απόκτηση** εξειδικευμένης γνώσης στις σύγχρονες προσεγγίσεις και στις μεθόδους χάραξης και εφαρμογής πολιτικών στο πολιτιστικό, αθλητικό και τουριστικό πεδίο. * **Δυνατότητα** χαρτογράφησης και αξιοποίησης των πολιτισμικών, τουριστικών και αθλητικών πόρων. * **Κριτική προσέγγιση** ως προς τις στρατηγικές πολιτιστικής ανάπτυξης. αθλητικής προώθησης και τουριστικής διεύρυνσης. * **Γνώση** των διαφορετικών κατηγοριοποιήσεων και κριτηρίων που συναρθρώνουν τους τομείς του πολιτισμού, του αθλητισμού και του τουρισμού. * **Δυνατότητα** ανάλυσης των κριτηρίων αξιολόγησης και αποτίμησης των πολιτιστικών δράσεων, των αθλητικών δραστηριοτήτων και των τουριστικών εμπειριών. | | | | |
| 1. **Δεξιότητες** | | | | * **Αναγνώριση** των επιπτώσεων και συνεπειών από την εφαρμογή πολιτιστικών, τουριστικών και τουριστικών σχεδίων στο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό πεδίο. * **Εξοικείωση** με τα εργαλεία σχεδιασμού διαφορετικών πολιτικών στον τουριστικό, αθλητικό και πολιτιστικό τομέα. * **Υιοθέτηση** προτάσεων για υλοποίηση πολιτιστικών και αθλητικών δράσεων με αναπτυξιακό χαρακτήρα. * **Ευχέρεια** στην αξιοποίηση των εμπειριών που προκύπτουν από μελέτες περιπτώσεων ώστε να επιλέγονται οι αποτελεσματικότερες πρακτικές στον τουριστικό, αθλητικό και πολιτιστικό χώρο. | | | | |
| 1. **Στάσεις/Συμπεριφορές** | | | | * **Αναγνώριση** του πολιτισμού, του αθλητισμού και του τουρισμού ως βασικών πυλώνων αειφορίας και βιωσιμότητας. * **Κατανόηση** της πολιτισμικής ποικιλομορφίας που εμπλουτίζει το τουριστικό και αθλητικό πεδίο. * **Ενεργή συμμετοχή** σε συζητήσεις και σε ομάδες εργασίας που αφορούν τόσο στη χάραξη στρατηγικών όσο και στο σχεδιασμό επιμέρους πολιτικών στους τομείς του πολιτισμού, του αθλητισμού και του τουρισμού. | | | | |
|  | | | | | | | | |
| **Μέθοδοι Διδασκαλίας / Εκπαιδευτικές Τεχνικές** | | | | **Συμμετοχή και εμπλοκή** των σπουδαστών/στριών στη διαδικασία της μάθησης μέσα από διάλογο και ερωταπαντήσεις για ενεργητική μάθηση και καλύτερη αξιοποίηση των γνώσεων και εμπειριών τους.  Επίσης, με τη **μετάκληση ανθρώπων** **expert σε εξειδικευμένα πεδία** στον πολιτισμό (π.χ. σκηνοθέτης, εικαστικός), στον αθλητισμό (π.χ. αθλητής, διοικητικός παράγοντας αθλητικού σωματείου) και στον πολιτιστικό τουρισμό με όρους τοπικότητας (π.χ. chef- γαστρονομική κληρονομιά, οινοποιός).  Οι εκπαιδευτικές τεχνικές περιλαμβάνουν εστιασμένες εισηγήσεις και αναφορές εμπλουτισμένες **με μελέτες περίπτωσης.** Χρήση κατάλληλου οπτικο-ακουστικού υλικού (διαφάνειες Power Point - βίντεο). | | | | |
| **Αξιολόγηση Μαθήματος / Εργαστηρίου**  (Σημειώστε με Χ) | | | | Χ | Γραπτή εξέταση επικεντρωμένη σε Μελέτες Περίπτωσης με ανοικτές σημειώσεις. | | | |
|  | Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής | | | |
|  | Εκπόνηση ατομικής εργασίας και παρουσίασης | | | |
|  | Εκπόνηση ομαδικής εργασίας και παρουσίασης | | | |
|  | Συνδυασμός των παραπάνω (προσδιορισμός βαθμολόγησης) | | | |
|  | Άλλη, προσδιορίστε: | | | |
| **Προϋποθέσεις Υποδομών** | | | | Αίθουσα εκπαίδευσης με χωροθέτηση σε σχήμα Π, υπολογιστής. | | | | |
| **Απαραίτητα Εκπαιδευτικά Μέσα** | | | | Λειτουργία ηλεκτρονικής τάξης (eclass) | | | | |
| **Απαραίτητο Λογισμικό** | | | |  | | | | |
| **Εκπαιδευτικό – Υποστηρικτικό Υλικό**  (Σημειώστε με Χ) | | | | X | Σημειώσεις Εισηγητή | | | |
| X | Παρουσιάσεις Εισηγητή | | | |
| X | Μελέτες Περίπτωσης | | | |
| Χ | Άρθρα – Μελέτες – Αποσπάσματα | | | |
| X | Θεσμικό Πλαίσιο – Νόμοι | | | |
| Χ | Πρότυπα | | | |
|  | Εγχειρίδια Χρήσης | | | |
|  | Ψηφιακό Υλικό – Λογισμικό | | | |
| X | Διαδικτυακοί Τόποι | | | |
| X | Σχετική Βιβλιογραφία | | | |
|  | | | | | | | | |
| **ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ**  **ΚΑΤΑ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ** | | | | | | | | |
| **α/α** | | **Τίτλος**  **Διδακτικής Ενότητας** | | **Αναλυτική Περιγραφή**  **Διδακτικής Ενότητας** | | | **Διάρκεια**  **(ώρες)** | |
| 1 | | ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ | | * Εννοιολόγηση του φαινομένου «πολιτισμός» και χρήσεις των όρων: «Πολιτισμός» και «Κουλτούρα» * Ανάλυση βασικών πολιτιστικών εννοιών όπως «Πολιτιστική Διαχείριση» και « «Πολιτισμικό Κεφάλαιο» και αποτύπωση εννοιοδοτήσεων για την «ζωντανή κουλτούρα», την «υπολειμματική κουλτούρα» την «αναδυόμενη κουλτούρα»κλπ | | | 3 | |
| 2 | | ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΣΗΜΑΣΙΟΔΟΤΗΣΕΙΣ | | * Το Πολιτιστικό και το Πολιτισμικό: Αλληλοεπιδράσεις και διακρίσεις * Τα πολιτιστικά αγαθά και οι μορφές αξιακής βαρύτητας * Πολιτιστική Πολιτική: Οριοθετήσεις, στόχοι και μεθοδολογία χάραξης * Η πολιτιστική διάσταση της περιφερειακής ανάπτυξης * Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες * Δημόσιος χώρος, δυνάμεις της αγοράς και τρίτος τομέας στο πολιτιστικό γίγνεσθαι * Συμμετοχή ειδικού με αναφορές σε εξειδικευμένα πολιτιστικά πεδία | | | 7 | |
| 3 | | ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΠΡΟΊΟΝ | | * Αθλητική δραστηριότητα και αθλητικό προϊόν * Άθληση για όλους και σωστή διατροφή ως ασπίδα υγείας και ευεξίας * Επαγγελματικός και ερασιτεχνικός αθλητισμός: αθλητική οικονομία και αθλητική βιομηχανία * Αθλητικό Marketing και αθλητικό management * Οργανισμοί παραγωγής και φορείς υποστήριξης αθλητικού προϊόντος * Η Ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική και τα αθλητικά mega event * Συμμετοχή ειδικού με αναφορές σε εξειδικευμένα αθλητικά πεδία | | | 7 | |
| 4 | | ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Ο ΤΟΠΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ | | * Ο τουρισμός ως ανθρώπινη δραστηριότητα και οι διαφορετικές μορφές * Ο ρόλος της τεχνολογίας στη διαδραστικότητα της εμπειρίας του επισκέπτη- τουρίστα * Branding πόλης, branding κράτους και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ενός τόπου προορισμού * Η διασύνδεση των τριών ζευγών: Πολιτιστικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός και πολιτισμική αθλητικοποίηση * Ποιότητα των υπηρεσιών: η ικανοποίηση και η αφοσίωση του επισκέπτη- χρήστη- πελάτη * Πελατοκεντρική κουλτούρα και συστήματα διαχείρισης παραπόνων * Συμμετοχή ειδικού με αναφορές σε εξειδικευμένα τουριστικά πεδία | | | 7 | |
| **Επιλεγμένη Βιβλιογραφία** | | | |  | | | | |
| Aitken, R. & Campelo, An. (2011), «The four Rs of place branding», Journal of Marketing Management, 27 (9-10) , διαθέσιμο στο ResearchGate.com  Byrnes W.J., (2009), *Management and the arts,* (4th ed), Oxford: Elsevier διαθέσιμο στο [file:///C:/Users/User/Desktop/Focal.Press.Management.And.The.Arts.4th.Edition.Oct.2008.ISBN.024081004X.pdf](file:///C:\Users\Documents%20and%20Settings\User\Desktop\Focal.Press.Management.And.The.Arts.4th.Edition.Oct.2008.ISBN.024081004X.pdf)  Cross, H., McKercher, B., (2015), *Cultural Tourism,* Abingdon: Routledge  Ζορμπά, Μυρσίνη, (2014), *Πολιτική του Πολιτισμού. Ευρώπη και Ελλάδα στο δεύτερο μισό του 20ου αιώνα*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.  Kavaratzis, Μ., (2012), *From City Marketing to City Branding*, New York: Plagrave  Κόνσολα, Ντ., (2006), *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*. Παπαζήσης, Αθήνα.  Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα Ελ., (2014), *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού,* Αθήνα: Κριτική  Landry, C. (2000), The creative city : a toolkit for urban innovators, London: Earthscan.  Solomon M., (2010 ) «Seven keys to building customer loyalty – and company profits», *Fast Company*, διαθέσιμο σε: <http://www.fastcompany.com/1570793/seven-keys-> building-customer-loyalty-and-company-profits  **Βιβλιογραφικές αναφορές**  Bille, T. and Schulze, G., (2006), «Culture in urban and regional development» in Ginsburgh V., Throsby C. D., *Handbook of the economics of art and culture,* p. 1052-1074. Elsevier, North-Holland  Γιαννούτσου, Ν., Μπούνια, Αλ., Νικονάνου, Ν., Φιλιππουπολίτη, Αν., Χουρμουζιάση, Αν., (2015) «Αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων στη μουσειοπαιδαγωγική», Αθήνα: Κάλλιπος  Δέφνερ, Α., Καραχάλης, Ν., (2012), «Η συγκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε κεντρικές περιοχές της πόλης και ο ρόλος του city branding: Η περίπτωση της Αθήνας», διαθέσιμο στο https://www.academia.edu/4534230/  Δοξιάδης, Θ., Λιβέρη Δ., (2013), «Ύπαιθρος χώρος, Τοπίο, Τοπική Ανάπτυξη», διαθέσιμο στο <https://www.google.com/search?rlz=1C1AOHY_enGR823GR823&sxsrf=ACYBGNTqy>  7upYmUhSCJtB8hxjhTYCuqrdA:1571397846643&q=grsa.prd.uth.gr+%E2%80%BA+conf2013+%E2%80%BA+%2224\_doxiadis\_liveri\_ersagr13%22&sa=X&ved=2ahUKEwiPssyT2aXlAhUMKlAKHYn\_CbgQ5t4CMAB6BAgDEAg&biw=888&bih=565  Gilaninia, S., & Mohammadi, (2015), Examination of Marketing Mix (7p) On Tourism Development (Case Study: Tourism Industry in Guilan province), Universal Journal of Management and Social Sciences, Vol. 5  Florida, R., & Gates, G., (2002), *Techology and Tolerance : Diversity and High-Tech Growth*, Brooking Review  Ioannidis J., (2006), «Civil Society and Cultural Development in Greece:Reconsidering the Antinomies of Cultural Voluntarism at the Threshold of the 21st Century», *Voluntary Action,* Vol.7, No 3, p. 79-91.    Ιωαννίδης, Γ., (2021), «Περίοδοι κρίσης και εποχές πανδημίας: Η εμπέδωση νέων πολιτισμικών προτύπων και η απεδαφικοποίηση του πολιτιστικού προϊόντος» στο *Κοινωνικές Επιστήμες και Γεωγραφία: Θεωρία, Μέθοδοι & Τεχνικές Χωρικής Ανάλυσης,* Αφιέρωμα στονκαθηγητή Παύλο Κανάρογλου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου διαθέσιμο στο <https://geography.aegean.gr/files/labs/Book__Kanaroglou.pdf>  Καραχάλης, Ν., (2015), «Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση» στο (επιμ. Πούλιος Ι.,) *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη,* διαθέσιμο στο https://repository.kallipos.gr/handle/11419/2394  Κοσμάτος Δ., (2004), *Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων. Στρατηγική Επιλογή*, Κλειδάριθμος, Αθήνα  Λαζαρέτου, Σοφία, (2014), *Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση;* Τράπεζα της Ελλάδος, Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών, Αθήνα.  Λουκαϊτου-Σιδέρη Αν., (2006). «Πολιτιστικά Τοπία και Πολιτιστικές Στρατηγικές: Η Αμερικάνικη Εμπειρία» στο Γοσποδίνη Α., Μπεριάτος (επ.), *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.  Μητούλα, Ρ., (2006). *Βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη στην Ε.Ε. και ανασυγκρότηση του ελληνικού αστικού περιβάλλοντος*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης  Stubbs, J. (2014), «Q & A *Place Branding and Destination Marketing,* UP there, everywhere», διαθέσιµο στο <http://www.upthereeverywhere.com/place-branding/>  Πούλιος I., Αλιβιζάτου Μ., Αραμπατζής Γ. et al., (2015), *Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη*, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών 2015. Διαθέσιμο στο www.kallipos.gr  Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού & Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης - Πάντειο Πανεπιστήμιο, (2017), *Μελέτη για την Χαρτογράφηση της Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας στην Ελλάδα.* Αθήνα. Zukin, Sh. (2005). Whose Culture? Whose City? in: J. Lin and C. Mele, eds. The Urban Sociology Reader, London: Routledge. pp.281-289 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
|  | |  | | |  | |
|  | |  | | | Ο Εισηγητής  Γιάννης Ιωαννίδης | |

ESPA

1. \* Τα πεδία συμπληρώνονται από την ΕΣΔΔΑ [↑](#footnote-ref-1)