

---

# Αντάρτικο Marketing και Εναλλακτική Διαφήμιση

---

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του **Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ε.Κ.Π.Α.)** σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης με τίτλο **«Αντάρτικο Marketing και Εναλλακτική Διαφήμιση»**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το **Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning)** του Ε.Κ.Π.Α. στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Επιμόρφωσης και Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: **«Αντάρτικο Marketing και Εναλλακτική Διαφήμιση»**, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

## 2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή τα στελέχη του Marketing προκειμένου να καταφέρουν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών προς όφελος της επιχείρησης και να πετύχουν τους στόχους της, είναι απαραίτητο να διαθέτουν ένα ευρύ φάσμα γνώσεων, δεξιοτήτων και προσόντων. Οι σύγχρονοι Marketers, προκειμένου να είναι σε θέση να δημιουργούν και να μεταδίδουν αποτελεσματικά μηνύματα προς το κοινό-στόχο διαμέσου πολυάριθμων καναλιών επικοινωνίας που έχουν πλέον στη διάθεσή τους, χρειάζεται να μπορούν να διαχειρίζονται μια πληθώρα εργαλείων και ψηφιακών στοιχείων (digital Marketing assets), όπως: μέσα κοινωνικής δικτύωσης (διαχείριση των social media), φωτογραφικό υλικό (διαχείριση φωτογραφικού περιεχομένου), κείμενα (δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου), οπτικοακουστικό υλικό (βίντεο, κινούμενα σχέδια, εικονογραφήσεις, κ.α.), ιστοσελίδα (website management), SEO (δηλαδή βελτιστοποίηση περιεχομένου ιστοσελίδας -Search Engine Marketing), ενημερωτικά δελτία (email Marketing), αλλά και ανάλυση δεδομένων (data analytics), καθώς και των αντίστοιχων «μεταδεδομένων» τους (metadata). Κι όλα αυτά είναι αναγκαίο να υλοποιούνται με τέτοιο τρόπο, ώστε οι

επιταγές του προϊόντος και του εκάστοτε brand να είναι απόλυτα εναρμονισμένες με το κανάλι επικοινωνίας, με το μήνυμα και με το κοινό-στόχο. Όλα αυτά συνθέτουν μια ιδιαίτερα απαιτητική και πολύπλοκη διαδικασία.

Οι σημερινοί επαγγελματίες του Μάρκετινγκ καλούνται να διαχειριστούν εκατοντάδες έως χιλιάδες ψηφιακά μεταδεδομένα, μερικές φορές για μία και μόνο καμπάνια! Τη λύση έρχονται να δώσουν οι σύγχρονες στρατηγικές και τεχνικές του μη συμβατικού Μάρκετινγκ ή αλλιώς του Αντάρτικου Μάρκετινγκ και της Εναλλακτικής Διαφήμισης, συνεπικουρούμενες από την ψηφιακή τεχνολογία και επικοινωνία, καθώς και πλειάδα «ανορθόδοξων» στρατηγικών και πρακτικών Μάρκετινγκ, η ανάλυση των οποίων αποτελεί και το αντικείμενο αυτού του καινοτόμου εκπαιδευτικού προγράμματος.

Λαμβάνοντας υπόψη το status quo της ελληνικής και της παγκόσμιας αγοράς, καθώς και τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, σχεδιάστηκε το συγκεκριμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα έτσι ώστε οι εκπαιδευόμενοι να αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν να σχεδιάζουν πλάνα ενεργειών (Marketing plan) και να αναπτύσσουν στρατηγικές με βάση τις αρχές του Αντάρτικου Marketing και της Εναλλακτικής Διαφήμισης (βλέπε τις τελευταίες άριστες πρακτικές (best practices) και προσεγγίσεις του Marketing, όπως για παράδειγμα, εκείνες των (α) Ambient Marketing, (β) Ambush Marketing, (γ) Fusion Marketing, (δ) Viral Marketing, (ε) Affiliate Marketing, (στ) Stealth Marketing, (ζ) Astroturfing Marketing, (η) Embedded Marketing, (θ) Subliminal Marketing, καθώς και του Experiential/ Engagement Marketing.

Επιπλέον, αναλύονται οι πλέον σύγχρονες και οι πιο σύνθετες προσεγγίσεις του Αντάρτικου Marketing, όπως είναι το Programmatic Marketing και η Digital-Out-Of-Home (DOOH) διαφήμιση, όπου οι εκπαιδευόμενοι θα μυηθούν στη σπουδαιότητα των Advertising Beacons και τη διαφορά τους από τα Geofencing συστήματα (Mobile Location Marketing) -που αποτελούν ό,τι πιο σύγχρονο έχει να επιδείξει η τεχνολογία αναφορικά με τα ψηφιακά συστήματα εντοπισμού θέσης-, αλλά και το Βιωματικό Μάρκετινγκ (Experiential / Engagement Marketing), που αποτελεί ένα αμφίδρομο κανάλι επικοινωνίας μεταξύ πελατών και ενός προϊόντος / υπηρεσίας μέσω των εμπειριών στις οποίες εμπλέκονται οι πελάτες και οδηγούν στην αγορά και την κατανάλωση εμπορικά επώνυμων προϊόντων ή υπηρεσιών.

Τέλος, παρουσιάζονται τα κυριότερα όπλα του Αντάρτικου Marketing, σύμφωνα με τον Jay Conrad Levinson, καθώς και τα βήματα που πρέπει κάποιος να ακολουθήσει, προκειμένου να διεκδικήσει σημαντικά κέρδη μέσω μιας αντισυμβατικής στρατηγικής Marketing και μάλιστα ανέξοδα!

Σκοπός του προγράμματος είναι να μυηθούν οι εκπαιδευόμενοι στα μυστικά και τους μηχανισμούς των στρατηγικών και των τακτικών κινήσεων του Αντάρτικου Marketing και της Εναλλακτικής Διαφήμισης, όπως και στον τρόπο άμεσης εφαρμογής τους. Βασικός στόχος είναι οι εκπαιδευόμενοι να εμπνευστούν από μια πληθώρα περιπτώσιολογικών μελετών (case studies) και εναλλακτικών μορφών διαφήμισης, που θα παρουσιαστούν κατά τη διάρκεια του προγράμματος, ώστε να μπορέσουν άμεσα να υλοποιήσουν όσα θα διδαχθούν, για να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησής τους, να αναθεωρήσουν τη στρατηγική μάρκετινγκ που ακολουθούν, να αυξήσουν την παραγωγικότητα και να βελτιώσουν την ποιότητα των παραγομένων προϊόντων ή των προσφερόμενων υπηρεσιών και, τέλος, να αυξήσουν τα κέρδη τους, δαπανώντας ελάχιστα χρήματα.

Επιπρόσθετα, οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν να αναλύουν και να αποκωδικοποιούν τα «πραγματικά» μηνύματα που εκπέμπει η αγορά και το καταναλωτικό κοινό για την επιχείρηση (πώς δηλαδή αντιδρά, επιδρά και αλληλεπιδρά το κοινό απέναντι σε ενέργειες μάρκετινγκ), να τα συσχετίζουν με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, να αντιπαραβάλλουν τα ευρήματα με την υφιστάμενη κατάσταση προκειμένου να τροποποιήσουν -εφ' όσον χρειαστεί- το πλάνο δράσης τους, να πειραματιστούν πάνω σε νέα δεδομένα και να προχωρήσουν στο σχεδιασμό κερδοφόρων στρατηγικών, αναπτύσσοντας ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα Αντάρτικου Marketing. Με αυτό τον τρόπο ο προϋπολογισμός θα διατηρηθεί στα ίδια ή ακόμα και σε χαμηλότερα επίπεδα, και μέσω της εφαρμογής των κατάλληλων μορφών εναλλακτικής διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων θα προωθηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα προϊόντα / υπηρεσίες καθώς επίσης θα βελτιωθεί και το «brand equity».

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε:

- ▶ Ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- ▶ Αυτοαπασχολούμενους επιχειρηματίες.
- ▶ Άτομα που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.
- ▶ Διευθύνοντες Συμβούλους επιχειρήσεων.
- ▶ Στελέχη Marketing.
- ▶ Στελέχη Διευθύνσεων Ολικής Ποιότητας και Εξυπηρέτησης του Πελάτη.
- ▶ Στελέχη Διαφήμισης.
- ▶ Στελέχη Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων.
- ▶ Συμβούλους Marketing και επαγγελματίες Marketers.

### 3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με συναφή στο αντικείμενο εργασιακή εμπειρία ή ενδιαφέροντα

Λόγω του περιορισμένου αριθμού των θέσεων συμμετοχής, θα τηρηθούν αυστηρά τα παρακάτω κριτήρια επιλογής υποψηφίων.

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://elearningekpa.gr/>

### 4. ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:

- ▶ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ▶ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ▶ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών
- ▶ Βασική γνώση αγγλικής γλώσσας

### 5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η διδασκαλία στα προγράμματα εξ αποστάσεως επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ διεξάγεται μέσω του διαδικτύου, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «αυτονομία», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Κατά την εξέλιξη κάθε θεματικής ενότητας αναρτώνται σε σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν

ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

Παράλληλα, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τις θεματικές ενότητες και τις ασκήσεις αξιολόγησης ή την τελική εργασία.

## 6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσοτέρων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

## 7. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

- ▶ Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ, επικοινωνεί τηλεφωνικά με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετώπισαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ.).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

**Αναλυτική περιγραφή των παραπάνω υπάρχει στον Κανονισμό Σπουδών:**

**<https://elearningekpa.gr/regulation>**

## 8. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού είναι μέλη ΔΕΠ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών ή και ειδικοί εμπειρογνώμονες με ιδιαίτερη συγγραφική καταξίωση, οι οποίοι κατέχουν πολύ βασικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος.

## 9. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει 2 θεματικές ενότητες (μαθήματα).

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Μάθημα: Τι Είναι, τι Περιλαμβάνει και πως Λειτουργεί το Αντάρτικο Μάρκετινγκ

**Διδακτική Ενότητα 1: Το Αντάρτικο σε Αντιδιαστολή με το Συμβατικό Μάρκετινγκ. Η κατά J. C. Levinson Επίθεση Αντάρτικου Μάρκετινγκ και η Σπουδαιότητα του Συνεργατικού Μάρκετινγκ**

**Διδακτική Ενότητα 2: Το Ιογενές ή Μεταδοτικό Μάρκετινγκ και η στρατηγική των Ανταρτών κατά τον Ανταρτοπόλεμο του Μάρκετινγκ**

**Διδακτική Ενότητα 3: Είδη και Στρατηγικές του Αντάρτικου Μάρκετινγκ**

**Διδακτική Ενότητα 4: Εξειδικευμένα Θέματα και Στρατηγικές του Αντάρτικου Μάρκετινγκ (Ambient Marketing, Experiential or Engagement Marketing, Programmatic Marketing, Digital Out-of-Home (DOOH) Advertising, Αντάρτικο Μάρκετινγκ και Κοινωνικές Καμπάνιες)**

Μάθημα: Τα Κατά Jay Conrad Levinson 200 Όπλα του Αντάρτικου Μάρκετινγκ

**Διδακτική Ενότητα 1: Mini - Media**

**Διδακτική Ενότητα 2: Maxi - Media**

**Διδακτική Ενότητα 3: E - Media**



**Διδακτική Ενότητα 4: Info - Media**

**Διδακτική Ενότητα 5: Human - Media**

**Διδακτική Ενότητα 6: Non Media**

**Διδακτική Ενότητα 7: Χαρακτηριστικά Επιχείρησης**

**Διδακτική Ενότητα 8: Εταιρικές Στάσεις**