

---

# Δημόσιες Σχέσεις και Διοίκηση

---

## 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 **«Δημόσιες Σχέσεις και Διοίκηση»**.

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: **«Δημόσιες Σχέσεις και Διοίκηση»**, 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

Το πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων είναι ένα πλήρες και ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο την παροχή γνώσης σε ένα ιδιαίτερα κρίσιμο, στρατηγικό και νευραλγικό τομέα των επιχειρήσεων (ιδιωτικών και δημοσίων), των τοπικών και εθνικών κυβερνήσεων, αλλά και σε κάθε μορφής εταιρία ή ένωσης ανθρώπων, τον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων.

Το πρόγραμμα ξεκινά με τη βάση της θεωρίας στους τομείς της συμπεριφοράς και της ανθρώπινης επικοινωνίας, ενώ αναπτύσσεται σε όλο το θεωρητικό κομμάτι όλων των άλλων λειτουργιών επικοινωνίας, όπως η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, η προώθηση πωλήσεων, το direct marketing και η προπαγάνδα. Αφού γίνει παρουσίαση της κάθε μιας λειτουργίας επικοινωνίας, τότε γίνεται η σύγκριση των κοινών και των διαφορετικών σημείων μεταξύ τους.

Αφού δοθούν οι βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας, αναπτύσσεται το θέμα των δημοσίων σχέσεων σε σύγκριση με το μάνατζμεντ, το μάρκετινγκ, αλλά και την διοικητική τους μορφή, εντός ή εκτός επιχείρησης.

Έχοντας ολοκληρώσει το θεωρητικό και το διοικητικό μέρος των δημοσίων σχέσεων, αρχίζει η πρακτική εκπαίδευση στο πως εφαρμόζονται οι δημόσιες σχέσεις, με τον σχεδιασμό των επτά βημάτων ενός πλήρους προγράμματος δημοσίων σχέσεων, το οποίο αποτελεί τον επαγγελματικό θεμέλιο λίθο, για όσους επιθυμούν να ασχοληθούν με τις δημόσιες σχέσεις.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα βασικά είδη έρευνας, ενώ επικέντρωση δίνεται στην εφαρμογή της έρευνας για λόγους δημοσίων σχέσεων.

Με την ολοκλήρωσή του, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα θα έχει δώσει σε όλους τους εκπαιδευόμενους την απαραίτητη, όχι μόνο θεωρητική, αλλά και πρακτική γνώση για άμεση εφαρμογή της στην εργασία τους (εφόσον ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν) στις δημόσιες σχέσεις.

Με την ολοκλήρωσή του, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα θα έχει δώσει σε όλους τους εκπαιδευόμενους την απαραίτητη, όχι μόνο θεωρητική, αλλά και πρακτική γνώση για άμεση εφαρμογή της στην εργασία τους (εφόσον ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν) στις δημόσιες σχέσεις.

Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με τη δυνατότητα που θα έχουν οι εκπαιδευόμενοι να μάθουν να χρησιμοποιούν Λογισμικό Πρόγραμμα crm με έμφαση στο κομμάτι Marketing

Campaign and Social Media και να το εφαρμόζουν σε δεδομένα από τον πραγματικό χώρο εργασίας επιχειρήσεων που συνεργάζονται με το πρόγραμμα.

### **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

#### **Κριτήρια Επιλογής Υποψηφίων**

- ▶ Επίπεδο γνώσης της αγγλικής γλώσσας. Το υλικό της εκμάθησης λογισμικού παρέχεται στην αγγλική γλώσσα

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**
- ▶ **Καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας**
- ▶ **Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών**
- ▶ **Για την πρακτική εφαρμογή του λογισμικού, είναι απαραίτητη η χρήση υπολογιστή με λειτουργικό σύστημα windows 7 ή μεταγενέστερη έκδοση.**

## 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 Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσότερων 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**

### **ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**

#### **ΜΑΘΗΜΑ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

##### **Διδακτική Ενότητα 1: Η Επιχειρηματικότητα**

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να γίνει σαφής και κατανοητή η έννοια της επιχειρηματικότητας, τα πλεονεκτήματά της στην καθημερινότητα, καθώς και η συμβολή της στη διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης.

##### **Διδακτική Ενότητα 2: Αβεβαιότητα, Κίνδυνος και Απόδοση**

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητάς είναι η παρουσίαση των εννοιών της αβεβαιότητας και του κινδύνου που αντιμετωπίζει κάθε επιχειρηματική πρωτοβουλία. Γι' αυτό το λόγο, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στη μέτρηση της αβεβαιότητας, στη συμπεριφορά του ανθρώπου έναντι του κινδύνου καθώς και στην απόδοση που απαιτεί για τον κίνδυνο που αναλαμβάνει.

##### **Διδακτική Ενότητα 3: Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα**

Στην ενότητα αυτή μελετάται η έννοια της καινοτομίας και η σχέση της με την επιχειρηματικότητα. Σημαντικό ενδιαφέρον δίνεται τόσο στη διάχυση της καινοτομίας όσο και στις επιπτώσεις που αυτή έχει στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Αναλύονται και οι μέθοδοι εφαρμογής της καινοτομίας με τη χρήση εννοιών, όπως οι επιθετικές και οι αμυντικές καινοτομίες.

##### **Διδακτική Ενότητα 4: Ο Εντοπισμός των Επιχειρηματικών Ευκαιριών**

Στην ενότητα αυτή μελετούνται η έννοια της επιχειρηματικής ευκαιρίας και τα χαρακτηριστικά της. Παράλληλα, εξετάζονται οι μορφές και οι τύποι των επιχειρηματικών ευκαιριών. Το βασικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται τόσο στον εντοπισμό όσο και στη δημιουργία των επιχειρηματικών ευκαιριών. Τέλος ένα σημαντικό μέρος της ενότητας αφιερώνεται τόσο στη μελέτη των ερευνών αγοράς όσο και στην παρουσίαση του διεθνή ορίζοντα της επιχειρηματικότητας.

## **Διδακτική Ενότητα 5. Το Επιχειρηματικό Πλεονέκτημα**

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται συνοπτικά η έννοια του επιχειρηματικού πλεονεκτήματος, ενώ αναλύονται και οι μέθοδοι διαμόρφωσης του επιχειρηματικού πλεονεκτήματος. Γι' αυτό το λόγο, περιγράφεται ο κύκλος ζωής του προϊόντος, οι φάσεις ανάπτυξης ενός προϊόντος και η σχέση τους με τον χρόνο εισαγωγής του στην αγορά, και η σχέση του επιχειρηματικού πλεονεκτήματος με την τεχνολογία.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Επικοινωνίας**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μας εισάγει στην έννοια της επικοινωνίας και στην άμεση εφαρμογή της, τόσο σε προσωπικό, όσο και σε ομαδικό αλλά και επιχειρηματικό επίπεδο. Δεδομένου ότι οι Δημόσιες Σχέσεις είναι λειτουργία επικοινωνίας θα πρέπει να κατανοήσουμε βαθιά τόσο την έννοια όσο και τις λειτουργίες της για να μπορέσουμε να σχεδιάσουμε και να υλοποιήσουμε προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων επιτυχή, λειτουργικά και αποτελεσματικά.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Κοινή Γνώμη**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μας εισάγει στην έννοια της Κοινής Γνώμης, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών. Επιπλέον, περιγράφονται οι λόγοι της σημαντικότητας της κοινής γνώμης στις Δημόσιες Σχέσεις, τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τις κυβερνήσεις, σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Ο βαθύτερος σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η πλήρης κατανόηση της έννοιας της κοινής γνώμης, τόσο σε ακαδημαϊκό όσο και σε πρακτικό επίπεδο.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Δημόσιες Σχέσεις**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια των Δημοσίων Σχέσεων, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών διεθνών και επιστημονικών φορέων. Επιπλέον, περιγράφονται οι λόγοι που οδήγησαν στην σημαντική ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων στην σύγχρονη κοινωνία και αναλύεται ο αντικειμενικός σκοπός των Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα, αναφέρεται η διαδικασία μεταφοράς των Δημοσίων Σχέσεων, ο ρόλος τους, η αποστολή και οι γενικές αρχές τους. Ο βαθύτερος σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η πλήρης κατανόηση της

έννοιας των Δημοσίων Σχέσεων τόσο σε ακαδημαϊκό επίπεδο όσο και για την εφαρμογή τους σε πρακτικό επίπεδο.

#### **Διδακτική Ενότητα 4. Βασικές Έννοιες & Αρχές Του Marketing**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθούν οι βασικές έννοιες του μάρκετινγκ. Ο αντικειμενικός σκοπός είναι να εφοδιάσει αυτούς, που ασκούν διοίκηση στις επιχειρήσεις και τα μελλοντικά στελέχη των επιχειρήσεων, δηλαδή τους σπουδαστές με ένα θεωρητικό πλαίσιο του Μάρκετινγκ. Η θεωρία αυτή του Μάρκετινγκ συνοδεύεται με χειροπιαστά παραδείγματα, πραγματικά ή υποθετικά. Με τον τρόπο αυτό πιστεύεται πως το θεωρητικό αυτό πλαίσιο γίνεται ευκολότερα κατανοητό από το μελετητή.

#### **Διδακτική Ενότητα 5: Αρχές Διαφήμισης**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Διαφήμισης, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών. Επιπλέον, στην συγκεκριμένη ενότητα περιγράφεται η διαδικασία της διαφήμισης σαν λειτουργία επικοινωνίας, ενώ παρατίθεται και το μοντέλο AIDA. Στην συνέχεια παρουσιάζεται η δομή της Διαφημιστικής Εταιρίας, τα είδη των διαφημιστικών εταιριών και ο τρόπος γέννησης μια διαφήμισης. Ολοκληρώνοντας την ενότητα, παρατίθενται οι μορφές της διαφήμισης και τα διαφημιστικά μέσα, οι τρόποι επιλογής της διαφημιστικής εταιρίας από διαφημιζόμενο πελάτη, ενώ γίνεται σχολιασμός για τις αμοιβές των διαφημιστικών εταιριών.

#### **Διδακτική Ενότητα 6: Direct Marketing**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια του Direct Marketing ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού του. Επιπλέον, περιγράφεται η διαδικασία ενός πετυχημένου προγράμματος Direct Marketing. Ολοκληρώνοντας την ενότητα παρουσιάζονται τα μέσα που χρησιμοποιούνται για το Direct Marketing, συμβουλές για πετυχημένο Direct Marketing, καθώς και το παρόν του.

#### **Διδακτική Ενότητα 7: Προώθηση Πωλήσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Προώθησης Πωλήσεων ξεκινώντας με την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού του. Επιπλέον, περιγράφονται οι χρήσεις και οι περιορισμοί στην προώθηση των πωλήσεων. Ολοκληρώνοντας την ενότητα παρουσιάζονται οι βασικές μορφές προώθησης πωλήσεων και η ανάλυσή τους.

### **Διδακτική Ενότητα 8: Προπαγάνδα**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Προπαγάνδας, ξεκινώντας με την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού της. Επιπλέον, περιγράφονται ο σκοπός και τα μέσα της προπαγάνδας, οι προϋποθέσεις υλοποίησής της και τεχνικά σημεία αντίληψης ανθρώπων που προπαγανδίζουν. Τέλος, γίνεται και μια μικρή αναφορά στη διαδικασία με την οποία «φτιάχνονται» τα επιχειρήματα αυτών που προπαγανδίζουν.

### **Διδακτική Ενότητα 9: Δημόσιες Σχέσεις και άλλες Λειτουργίες Επικοινωνίας**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην αντίληψη των κοινών σημείων και των διαφορών των Δημοσίων Σχέσεων με την διαφήμιση, το Direct Marketing, την Προώθηση Πωλήσεων και την Προπαγάνδα σαν λειτουργίες επικοινωνίας. Παράλληλα, γίνεται και τοποθέτηση της σχέσης ανάμεσα στο Μάρκετινγκ και τις Δημόσιες Σχέσεις που αποτελεί ένα σημαντικό σημείο τριβής στο σύνολο της επιστήμης του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας.

## **ΜΑΘΗΜΑ -MANAGEMENT & ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Εισαγωγή στη Στρατηγική Διοίκηση και στο Στρατηγικό Σχεδιασμό**

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να παρουσιάσει με ολοκληρωμένο τρόπο τη διαδικασία ανάλυσης και διαχείρισης του εσωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, προκειμένου να είναι σε θέση να διαμορφώσει τη βέλτιστη στρατηγική.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Η Σχέση του Management και των Δημοσίων Σχέσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την σχέση των Δημοσίων Σχέσεων σαν λειτουργία επικοινωνίας με το Management της κάθε εταιρίας ή οργανισμού και να αναλύσει την σημαντικότητα της ύπαρξης των Δημοσίων Σχέσεων σε μια εταιρία. Έτσι, αναπτύσσονται αναλυτικά οι σχέσεις της Διοίκησης με τις Δημόσιες Σχέσεις, σε ποιο επίπεδο συνεργασίας βρίσκονται ή θα έπρεπε να βρίσκονται καθώς και ορίζεται που αναφέρονται οι Δημόσιες Σχέσεις.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Οργάνωση Δημοσίων Σχέσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις αρμοδιότητες, τις υπευθυνότητες και τις καθημερινές εργασίες ενός τμήματος υπευθύνου και συμβούλου Δημοσίων Σχέσεων

σε συνδυασμό με τις προσωπικές και επαγγελματικές ικανότητες που χρειάζονται αλλά και που με την πάροδο του χρόνου αναπτύσσονται. Επιπλέον, γίνεται μια εκτενής αναφορά στον ρόλο των εταιριών συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων, καθώς και των ενδοεπιχειρησιακών τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων. Τέλος, αναπτύσσονται τα χαρακτηριστικά ενός συμβούλου επικοινωνίας.

## ΜΑΘΗΜΑ - ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

### **Διδακτική Ενότητα 1: Σχεδιασμός Προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει αρχικά στην παρουσίαση, την ανάλυση και την χρησιμότητα του Προγράμματος των Δημοσίων Σχέσεων. Επικεντρώνει αρχικά στη σημαντικότητα του ρόλου του σχεδιασμού σαν πρώτο βήμα για την δημιουργία του πλάνου ή προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων Αναλυτικότερα, γίνεται μια περιγραφή για τον σχεδιασμό και τα σχεδιαγράμματα και παρατίθενται τα έξι επίπεδα του πλάνου Δημοσίων Σχέσεων.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Βήμα 1ο: Ανάλυση Κατάστασης**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η εισαγωγή στην διαδικασία ανάλυσης κατάστασης μιας επιχείρησης, η οποία αποτελεί και το πρώτο βήμα για να σχεδιάσουμε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων. Αναφέρεται ο ρόλος των υποθέσεων που προηγούνται ή και λαμβάνονται υπόψη με την έναρξη σχεδιασμού ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα, αναπτύσσονται εκτενώς δύο τεχνικές που οδηγούν σε αποτελεσματική ανάλυση κατάστασης και οι οποίες είναι η ανάλυση SWOT και η μέθοδος STEEPLE. Παρουσιάζεται δε και η τεχνική brainstorming για την υπέρβαση αδιεξόδων καταστάσεων.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Βήμα 2ο: Στόχοι και Σκοποί**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλύσει διεξοδικά το δεύτερο από τα έξι επίπεδα για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό αναφέρεται στους Στόχους και στους Σκοπούς οι οποίοι θα πρέπει να είναι σαφείς και προκαθορισμένοι προς επίτευξη, σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων. Αρχικά γίνεται η παρουσίαση των στόχων των Δημοσίων Σχέσεων και υπογραμμίζεται η έννοια του SMART στόχου. Κατόπιν διατυπώνονται οι σκοποί των Δημοσίων Σχέσεων και αναπτύσσονται οι βασικοί άξονες τους, έτσι ώστε να μπορέσουν να καταγραφούν και να ενταχθούν σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων προς υλοποίηση.

#### **Διδακτική Ενότητα 4: Βήμα 3ο: Κοινά – Στόχοι**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλύσει και να παρουσιάσει την έννοια κοινό δημοσίων σχέσεων, τόσο στην ευρύτερη γνωστική σφαίρα των Δημοσίων Σχέσεων όσο και στον σχεδιασμό ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Αρχικά παρουσιάζεται η έννοια Κοινό, επικεντρώνεται στο Κοινό ή Κοινά των δημοσίων σχέσεων ενώ τέλος παρουσιάζονται με μεγάλη λεπτομέρεια οι υποκατηγορίες κοινών.

#### **Διδακτική Ενότητα 5: Βήμα 4ο: Τα Μέσα των Δημοσίων Σχέσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να περιγράψει διεξοδικά το τέταρτο επίπεδο από τα έξι επίπεδα για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό είναι τα μέσα ή εργαλεία Δημοσίων Σχέσεων. Γίνεται μια εκτενής αναφορά στην έννοια του μέσου, στους τύπους του, καθώς και στα κυριότερα χαρακτηριστικά και την αξιολόγηση των μέσων που είναι διαθέσιμα για τις Δημόσιες Σχέσεις.

#### **Διδακτική Ενότητα 6: Βήμα 5ο: Δημιουργία Προϋπολογισμού**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να περιγράψει διεξοδικά το πέμπτο επίπεδο για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό αναφέρεται στον σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος και στην δημιουργία του προϋπολογισμού, ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Στην παρούσα ενότητα αναπτύσσεται η έννοια του χρονοδιαγράμματος και ο ορισμός του προϋπολογισμού και η σχέση του με τον έλεγχο του. Ενώ δίνεται έμφαση στην ανάλυση του χρονοδιαγράμματος και στα είδη κόστους και τονίζεται το μέγεθος του προϋπολογισμού που αφορά τα προγράμματα (πλάνα) των Δημοσίων Σχέσεων.

#### **Διδακτική Ενότητα 7: Βήμα 6ο: Αξιολόγηση**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να ολοκληρώσει την περιγραφή των έξι επιπέδων για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων, που είχατε δει επιγραμματικά στην ενότητα 4, αναπτύσσοντας το έκτο και τελευταίο επίπεδο που αφορά την αξιολόγηση ενός υλοποιημένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Αναλυτικότερα, στην ενότητα αυτή γίνεται αναφορά στην σπουδαιότητα των συστημάτων αξιολόγησης ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων και στη συνέχεια επισημαίνεται η πρακτική πραγματοποίηση της αξιολόγησης των Δημοσίων Σχέσεων. Έτσι μετά το τέλος και της συγκεκριμένης ενότητας θα είστε σε θέση να έχετε διαμορφώσει μια ολοκληρωμένη

εικόνα για την υλοποίηση ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων από το πρώτο έως το τελευταίο βήμα.

## ΜΑΘΗΜΑ - ΕΡΕΥΝΑ MARKETING ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

### **Διδακτική Ενότητα 1. Έρευνα Marketing**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει τη σπουδαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ. Αρχικά γίνεται μια αναφορά στον ορισμό της έρευνας μάρκετινγκ, έτσι ώστε να αφομοιωθεί πλήρως το βασικό αντικείμενο που θα αναπτυχθεί. Παρουσιάζονται οι διαφορές πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας και οι μελέτες Tracking.

### **Διδακτική Ενότητα 2. Έρευνα Δημοσίων Σχέσεων**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εξετάσει τη σπουδαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ στις Δημόσιες Σχέσεις, τόσο σαν εργαλείο αξιολόγησης ενός προγράμματος ή ενέργειας Δημοσίων Σχέσεων όσο και σαν εργαλείο αντίληψης μιας εταιρίας ή ενός προϊόντος ή και υπηρεσίας από το κοινό τους. Παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο και τα βήματα που θα πρέπει να ακολουθηθούν για μια έρευνα Δημοσίων Σχέσεων.

## ΜΑΘΗΜΑ - ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ & ΑΥΤΟΝΟΜΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

### **Διδακτική Ενότητα 1. Σχέσεις με την Κοινότητα**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας, είναι η έναρξη πρακτικής εφαρμογής των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων και πιο συγκεκριμένα η ανάπτυξη σχέσεων ανάμεσα σε μια επιχείρηση και την κοινότητα μέσα στα γεωγραφικά αλλά και νοητικά σύνορα που η επιχείρηση δραστηριοποιείται.

### **Διδακτική Ενότητα 2. Οργάνωση Εκδηλώσεων Α' Μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια των εκδηλώσεων σαν μέσο των προγραμμάτων ή των ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων.

Πιο αναλυτικά γίνεται παρουσίαση του σχεδιασμού της εκδήλωσης ενώ αναλύονται λεπτομερειακά τα επτά βήματα για τον σχεδιασμό μιας εκδήλωσης, με απλά παραδείγματα.

### **Διδακτική Ενότητα 3. Οργάνωση Εκδηλώσεων Β' Μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια του σκεπτικού της εκδήλωσης αλλά και την οργάνωση της εκδήλωσης Δημοσίων Σχέσεων.

Πιο αναλυτικά γίνεται παρουσίαση της σημαντικότητας της οργάνωσης μιας εκδήλωσης δημοσίων σχέσεων, ενώ παρουσιάζονται τα βήματα – με λεπτομέρεια – που θα πρέπει να ακολουθηθούν πριν οργανώσουμε μια εκδήλωση.

### **Διδακτική Ενότητα 4. Οργάνωση Εκδηλώσεων Γ' Μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια της ομάδας της οργάνωσης της εκδήλωσης αλλά και την υλοποίηση της εκδήλωσης.

Ενώ παρουσιάζονται τα πιθανά προβλήματα της υλοποίησης, η σημαντικότητα της πρόβας, οι σχέσεις με τους δημοσιογράφους και το κλείσιμο μιας εκδήλωσης.

### **Διδακτική Ενότητα 5. Δημόσιες Σχέσεις για μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας με τίτλο Δημόσιες Σχέσεις για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς είναι να εισάγει τον/την σπουδαστή/ρια στον σχεδιασμό και υλοποίηση για φορείς και εταιρίες που δεν έχουν σκοπό το κέρδος αλλά την προσφορά στον άνθρωπο. Παρουσιάζονται τα κοινά σημεία με το πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων για τις κερδοσκοπικές εταιρίες ενώ παράλληλα και οι διαφορές τους.

### **Διδακτική Ενότητα 6. Ενδοεπιχειρησιακή Επικοινωνία**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας με τίτλο ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία είναι να παρουσιάσει την έννοια των ανθρωπίνων σχέσεων, την σύνδεσή τους με τις Δημόσιες Σχέσεις καθώς και πως σχεδιάζονται και εφαρμόζονται προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων με το εσωτερικό κοινό.

## **ΜΑΘΗΜΑ - ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Προ - Εκθεσιακό Στάδιο**

Η πρώτη διδακτική ενότητα παρέχει στους εκπαιδευόμενους τα βασικά επιχειρήματα για τη συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις καθώς και τα απαραίτητα εργαλεία για την επιτυχημένη προετοιμασία και διοργάνωση της συμμετοχής σε μία έκθεση. Η πρώτη διδακτική ενότητα, λοιπόν, παρουσιάζει το στάδιο που προηγείται της έκθεσης και το οποίο αποτελείται από τη φάση της απόφασης και τη φάση της προετοιμασίας. Συγκεκριμένα, στην πρώτη υποενότητα,

παρουσιάζεται η φάση της απόφασης, όπου ο εκπαιδευόμενος εξετάζει τη σκοπιμότητα της συμμετοχής του στην έκθεση, επιλέγει τη «σωστή» έκθεση και αξιολογεί το κόστος συμμετοχής του. Στη δεύτερη υποενότητα, παρουσιάζεται η φάση της προετοιμασίας, όπου ο συμμετέχων επιλέγει το προσωπικό, το οποίο θα ασχοληθεί με την έκθεση, καταρτίζει το χρονοδιάγραμμα δράσης και καταγράφει όλες τις επιμέρους δράσεις της διοργάνωσης, οι οποίες αποτελούν ικανές και αναγκαίες συνθήκες προκειμένου να οργανωθεί μία έκθεση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

## **Διδακτική Ενότητα 2: Εκθεσιακό Στάδιο**

Η δεύτερη διδακτική ενότητα παρουσιάζει με λεπτομέρεια στους ενδιαφερόμενους εκθέτες το «εκθεσιακό γίνεσθαι», ήτοι τη φάση λειτουργίας της έκθεσης. Πιο συγκεκριμένα, ο συμμετέχων γνωρίζει το προφίλ των επισκεπτών των εμπορικών εκθέσεων και τις αντίστοιχες τεχνικές επικοινωνίας, τις οποίες θα πρέπει να κατέχει προκειμένου να επιτύχει την καλύτερη δυνατή προώθηση των συμφερόντων της επιχείρησής του στην έκθεση. Τέλος, παρουσιάζεται η σημασία της κουλτούρας του επισκέπτη στη διαδικασία της επικοινωνίας και παρατίθενται οι αντίστοιχες τεχνικές επικοινωνίας.

## **Διδακτική Ενότητα 3: Μετά - Εκθεσιακό Στάδιο**

Η τρίτη διδακτική ενότητα παρουσιάζει τη φάση του αποτελέσματος, ήτοι τη φάση κατά την οποία πρέπει να πραγματοποιηθεί η ποιοτική και ποσοτική αξιολόγηση της συμμετοχής της εταιρείας στην έκθεση. Ειδικότερα, στο στάδιο αυτό, ο συμμετέχων μαθαίνει να επιμελείται σωστά τις επαφές με τους επισκέπτες του σταντ, να πραγματοποιεί τον έλεγχο του αποτελέσματος και να συντάσσει την έκθεση απολογισμού.

Διδακτική Ενότητα 4: 40 Ερωτήσεις & Απαντήσεις σχετικά για τις Εμπορικές Εκθέσεις

Στην τέταρτη διδακτική ενότητα του μαθήματος παρουσιάζεται «ο διάλογος με έναν εκθέτη», όπου μέσα από 40 ερωτήσεις δίνεται απάντηση στα πιο σημαντικά θέματα που απασχολούν τους νέους αλλά και τους έμπειρους εκθέτες.

# **ΜΑΘΗΜΑ -ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΑΦΩΝ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ**

## **Διδακτική Ενότητα 1. Ανάπτυξη Επαφών με τα ΜΜΕ Α' μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την σημαντικότητα του ρόλου των ΜΜΕ στα προγράμματα, τις ενέργειες και τις εργασίες των Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα γίνεται παρουσίαση για το πώς μπορεί να συστηματοποιηθεί η ανάπτυξη των

επαφών με τα ΜΜΕ έτσι ώστε να ενταχθεί σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων για την υλοποίηση των στόχων των Δημοσίων Σχέσεων.

## **Διδακτική Ενότητα 2. Ανάπτυξη Επαφών με τα ΜΜΕ Β' μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την σημαντικότητα του γραφείου τύπου μιας επιχείρησης και να αντιπαραβάλλει τις ενέργειες του με εκείνες ενός προγράμματος Ανάπτυξης επαφών με τα ΜΜΕ. Παράλληλα παρουσιάζει την οργάνωση για εκδηλώσεις Δημοσίων Σχέσεων καθώς και την υλοποίηση δημοσιογραφικών μέσων επικοινωνίας εκ μέρους της κάθε επιχείρησης.

## **ΜΑΘΗΜΑ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **Διδακτική Ενότητα 1. Ανταγωνισμός, Δραστηριοποίηση και Επιχειρηματικά Μοντέλα στο Ηλεκτρονικό Περιβάλλον**

Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να κατανοηθεί η φύση του ανταγωνισμού στο Ηλεκτρονικό περιβάλλον και να δοθούν τα μέσα και οι γνώσεις ώστε να μπορέσει ο εκπαιδευόμενος να προσδιορίσει το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί και επομένως να χαράξει αποτελεσματικότερα την στρατηγική του. Έτσι λοιπόν, εξετάζονται οι βασικοί παράγοντες του ανταγωνισμού με την βοήθεια των δημοφιλέστερων εργαλείων ανάλυσης. Στην συνέχεια, εξετάζονται τα εναλλακτικά μοντέλα εσόδων και Επιχειρησιακά μοντέλα στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.

### **Διδακτική Ενότητα 2. Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, Branding και Online Strategy - Καινοτομία και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις**

Η ενότητα αυτή αποσκοπεί στο να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στον κόσμο του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ. Έτσι, εξετάζονται τα επιπλέον χαρακτηριστικά του που θα πρέπει να εστιάσουμε σε σχέση με το παραδοσιακό μάρκετινγκ. Αναλύονται τα 7p του μείγματος του και παρατίθενται συμβουλές για την σωστή δημιουργία ιστοθέσης. Παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του Ηλεκτρονικού Καταναλωτή προκειμένου ο εκπαιδευόμενος να εξοικειωθεί με τα νέα γνωρίσματα των δυνητικών και υπαρχόντων πελατών του. Ταξινομούνται τα προϊόντων στις ηλεκτρονικές αγορές γεγονός που καθορίζει και την επιλογή των στρατηγικών δράσης. Εισαγόμαστε στις αρχές του Branding και τα βασικά σημεία του. Ακόμα, γίνεται παρουσίαση της έννοιας της καινοτομίας και το κατά πόσον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπερτερούν ή υστερούν στον τομέα αυτό σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

### **Διδακτική Ενότητα 3. Τα Social Media και οι Ηλεκτρονικές Κοινότητες - Η Χρήση των Social Media για Επιχειρηματική Δράση**

Βασική επιδίωξη της ενότητας είναι να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στις νέες δυνατότητες που παρέχουν οι Τεχνολογικές εξελίξεις με την ανάπτυξη των Social Media και των Κοινωνικών Δικτύων που πλέον αποτελούν αναπόσπαστο και αναγκαίο κομμάτι του Επιχειρείν και του Μάρκετινγκ. Στα πλαίσια αυτά, εξετάζονται τα Social Media τόσο από την σκοπιά του καταναλωτή όσο και από αυτή των επιχειρήσεων. Στην συνέχεια αναλύεται η έννοια της Εικονικής Κοινότητας, τα χαρακτηριστικά της, και δίνονται σημεία κλειδιά για την επιχειρηματική τους εκμετάλλευση και διαχείριση τους με παραδείγματα επιτυχημένης αξιοποίησης τους. Εξετάζονται τέλος οι εναλλακτικοί τρόποι Διαφήμισης στα Social Media, η ορολογία που χρησιμοποιείται και παρουσιάζονται τα εναλλακτικά μοντέλα Δημιουργίας Εσόδων.

### **Διδακτική Ενότητα 4. Βήμα προς Βήμα Δημιουργία On - Line Διαφημίσεων: Facebook Ads - Διαχείριση Κοινότητας : Αλληλεπίδραση με τους Χρήστες και Διαχείριση Αρνητικών Σχολίων**

Η ενότητα αυτή αποσκοπεί στο να παρέχει έναν πλήρη, Βήμα-Προς-Βήμα οδηγό, αναφορικά με την δημιουργία Διαφημίσεων / Καμπάνιας στο Facebook. Στο πλαίσιο αυτό, αναλύεται διεξοδικά η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί και εξετάζονται οι πολλαπλές εναλλακτικές επιλογές που παρέχονται για κάθε στόχο μάρκετινγκ καθώς και η λειτουργία του Remarketing. Για κάθε κατηγορία διαφημίσεων παρουσιάζεται το σύνολο των παραμέτρων, το πότε θα πρέπει να χρησιμοποιούνται ανάλογα με το τι επιθυμούμε να πετύχουμε, το A/B testing και παρέχονται χρήσιμες συμβουλές. Επιπλέον, παρέχουμε συμβουλές για την Διαχείριση μιας Κοινότητας, την Αλληλεπίδραση με τους χρήστες και την Διαχείριση Αρνητικών Σχολίων, καθώς και το εργαλείο των Bots.

## **ΜΑΘΗΜΑ -ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

### **Διδακτική Ενότητα 1. Χορηγίες Ά Μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου των χορηγιών σαν εργαλείο Δημοσίων Σχέσεων-επικοινωνίας. Ξεκινώντας από τον ορισμό των χορηγιών γίνεται παρουσίαση και ανάλυση από την δημιουργία του σκεπτικού μιας χορηγίας μέχρι και την στοιχεία όπως οι βασικοί κανόνες και κατηγορίες χορηγιών, τα κοινά- στόχοι των χορηγιών, τα βήματα για οργάνωση και δημιουργία χορηγικών προγραμμάτων.

## **Διδακτική Ενότητα 2. Χορηγίες Β Μέρος**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τα βήματα για οργάνωση και δημιουργία χορηγικών προγραμμάτων, τον χορηγικό προϋπολογισμό, τις παράλληλες εκδηλώσεις και την δημιουργία αποτελεσματικών χορηγιών.

## **Διδακτική Ενότητα 3. Διεθνείς Δημόσιες Σχέσεις**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων σε διεθνές επίπεδο, παρουσιάζοντας τις ιδιαίτερες παραμέτρους οι οποίες πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν όταν σχεδιάζουμε και υλοποιούμε προγράμματα διεθνών Δημοσίων Σχέσεων. Ξεκινώντας από την κατανόηση των διαφορών ανάμεσα σε λαούς αλλά και τις πολιτιστικές και όποιες άλλες διαφορές ανάμεσα σε μεγάλες και διαφορετικές ομάδες κοινού, μπορούμε να μεταφερθούμε στην υλοποίηση προγραμμάτων διεθνών Δημοσίων Σχέσεων.

# **ΜΑΘΗΜΑ -ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

## **Διδακτική Ενότητα 1. Ικανότητες Παρουσίασης**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου της επικοινωνίας μέσω της παρουσίασης. Η ικανότητα και η δυνατότητα παρουσίασης σε κοινό ή σε κοινά αποτελεί παράγοντα ζωτικής σημασίας για όλους τους ανθρώπους της επικοινωνίας και ιδιαίτερα των Δημοσίων Σχέσεων. Στην ενότητα αυτή δίνονται τεχνικές συμβουλές ανάπτυξης ικανοτήτων και δυνατοτήτων για κάθε παρουσίαση σε μικρό ή μεγάλο κοινό, σε πελάτη ή σε προϊστάμενο.

## **Διδακτική Ενότητα 2. Το Μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων**

Η παρούσα ενότητα αναφέρεται στο μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων, κυρίως στην εφαρμογή των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων και την εξέλιξη της επικοινωνίας μέσω της τεχνολογίας και των εφαρμογών της.

## **Εκμάθηση Λογισμικού**

Το συγκεκριμένο μάθημα παρέχει την πλήρη εκμάθηση λογισμικού CRM. Σας δίνετε η δυνατότητα να παρακολουθήσετε το λογισμικό Entersoft CRM. Η εκπαίδευση στο λογισμικό καλύπτει πλήρως τις ανάγκες του προγράμματος και τις απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς στο κομμάτι του CRM. Η γνώση των λογισμικών θα αποτελεί μια επιπλέον πολύ σημαντική

δεξιότητα στην επαγγελματική σας σταδιοδρομία και εξέλιξη. Επιπλέον, η εξ' αποστάσεως πρακτική εφαρμογή που θα ακολουθεί στα λογισμικά, με συνεργαζόμενες επιχειρήσεις θα σας βοηθήσει στην πλήρη κατανόηση και εμπέδωση του χειρισμού και των δυνατοτήτων των λογισμικών και θα σας φέρει πιο κοντά στην αγορά.

Εφόσον χρειαστείτε κάποια καθοδήγηση ή πληροφορία σχετικά με την επιλογή σας μπορείτε να επικοινωνήσετε τηλεφωνικά με την ομάδα υποστήριξη του προγράμματος στα τηλέφωνα 210 36 89386 και 210 36 89 365.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι διδακτικές ενότητες της εκμάθησης λογισμικού.

### **Μάθημα - Εκμάθηση Λογισμικού Entersoft CRM (campaign)**

Το λογισμικό CRM της Entersoft crm δίνει έμφαση στο κομμάτι Marketing Campaign and Social Media και οι ενότητες διαμορφώνονται όπως παρουσιάζονται παρακάτω:

**Διδακτική Ενότητα 1: Τμηματοποίηση πελατών για χρήση σε εκστρατείες**

**Διδακτική Ενότητα 2: Διαχείριση εκστρατειών και εκδηλώσεων - παρακολούθηση αποκρίσεων**

**Διδακτική Ενότητα 3: ABC Αξιολόγηση και Ανάλυση**

**Διδακτική Ενότητα 4: Προγράμματα επισκέψεων πωλητών και Ερωτηματολόγια**

### **Μάθημα - Πρακτική Εφαρμογή του Λογισμικού Entersoft CRM (campaign)**

**Διδακτική Ενότητα 1: Μελέτη Περίπτωσης 1**

**Διδακτική Ενότητα 2: Μελέτη Περίπτωσης 2**

**Διδακτική Ενότητα 3: Μελέτη Περίπτωσης 3**

**Διδακτική Ενότητα 4: Μελέτη Περίπτωσης 4**