
Marketing Skills: Communication and Teamworking

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 **«Marketing Skills: Communication and Teamworking»**.

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: **«Marketing Skills: Communication and Teamworking»**, 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 εκπαιδευτικό αντικείμενο **«Marketing Skills: Communication and Teamworking»** αποτελεί έναν συνδυασμό elearning επιμόρφωσης, live εκπαίδευσης από κορυφαία στελέχη της αγοράς και επαγγελματικής καθοδήγησης για την ανάπτυξη της καριέρας σας. Αποσκοπεί να σας οδηγήσει σε ένα στάδιο μετά τα οφέλη της απλής επιμόρφωσης έτσι ώστε στο τέλος του προγράμματος να έχετε πετύχει τα εξής:

- ▶ **Ουσιαστικές γνώσεις για το αντικείμενο του Digital Marketing** συνδυάζοντας την απαραίτητη θεωρητική κατάρτιση με μια επαγγελματική και ρεαλιστική προσέγγιση
- ▶ **Πληροφόρηση και εκπαίδευση από επαγγελματίες** που έχουν εικόνα του τι ζητάει η αγορά εργασίας από τα στελέχη που ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν με το Digital Marketing
- ▶ **Εξατομικευμένο Coaching καριέρας**, ανάπτυξη πλάνου καριέρας, στοχοθεσία και ενδυνάμωση από προσωπικό σύμβουλο σταδιοδρομίας με γνώμονα την ταχύτερη και καλύτερη δυνατή εξέλιξη στον χώρο του Digital Marketing

- ▶ **Δημιουργία δυνατού βιογραφικού & συνοδευτικής επιστολής** και προετοιμασία για συνέντευξη από προσωπικό Σύμβουλο Σταδιοδρομίας με στόχευση στην ανάδειξη των δυνατών σημείων που προσμετρώνται θετικά στον χώρο του Digital Marketing
- ▶ **Εκπαίδευση στην ανάπτυξη δεξιοτήτων** που είναι απαραίτητο να έχει ένα στέλεχος που απασχολείται στον τομέα του Digital Marketing
- ▶ **Ενημέρωση για τις εθνικές και πολυεθνικές εταιρείες** σε Ελλάδα και Εξωτερικό που αναζητούν ανθρώπινο δυναμικό
- ▶ **Διασύνδεση με τα κατάλληλα δίκτυα ανθρώπων και στελέχη επιχειρήσεων** στην αγορά εργασίας που δραστηριοποιούνται στο Digital Marketing.

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**

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

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 τηλεφωνικώς 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 **10 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

1. E- learning training programme στον Τομέα του Digital Marketing

Αρχικά το Πρόγραμμα σας παρέχει τη δυνατότητα να εκπαιδευτείτε πάνω στον τομέα του Digital Marketing αποκτώντας τις απαραίτητες γνώσεις γύρω από το μείγμα Marketing, την ανάλυση περιβάλλοντος και τη δραστηριοποίηση στο ηλεκτρονικό περιβάλλον και τη χρήση των Social Media ως σύγχρονο εργαλείο για επιτυχή επιχειρηματική δράση.

Μάθημα 1. Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ

Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Το Μείγμα Μάρκετινγκ

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιαστεί, να αναπτυχθεί και να εξεταστεί η φύση και η αναγκαιότητα του μάρκετινγκ. Έτσι, μέσω της διαχρονικής εξέλιξης της επιχειρηματικής δράσης, γίνεται αναφορά στο τι αποτελεί μάρκετινγκ σήμερα και το τι είναι

και ποιά στοιχεία αποτελούν το μείγμα του μάρκετινγκ. Για κάθε στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να ληφθούν οι κατάλληλες αποφάσεις προκειμένου η επιχείρηση να μπορέσει να πετύχει τους στόχους της και να εξασφαλίσει την ανάπτυξη και την επιβίωση της.

Διδακτική Ενότητα 2: Ανάλυση Περιβάλλοντος και Ανταγωνισμού - Έμφαση στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιάσει για τον επιχειρηματία την ανάγκη μελέτης του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης πριν ξεκινήσει οποιαδήποτε επιχειρηματική δράση. Έτσι, αναλύονται οι συνιστώσες του εξωτερικού περιβάλλοντος, ορίζεται η σπουδαιότητά τους, και παρέχεται η κατάλληλη γνώση που επιτρέπει την προσαρμογή της επιχείρησης στις εξωτερικές συνθήκες μέσω της διαδικασίας της τμηματοποίησης, της στόχευσης και της τοποθέτησης. Στη συνέχεια, παρέχονται στρατηγικές που θα πρέπει να ακολουθηθούν ανάλογα με τις συνθήκες του περιβάλλοντος, και αναλύεται η φύση των ΜΜΕ επιχειρήσεων, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους, καθώς και οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας.

Διδακτική Ενότητα 3: Αρχές Συμπεριφοράς Καταναλωτή - Customer Funnel and Journey

Η ενότητα αυτή επιδιώκει να παραθέσει τις βασικές αρχές της μελέτης της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή και να υποδείξει την αναγκαιότητα για εξέταση του τρόπου λήψης των αγοραστικών αποφάσεων της αγοράς-στόχου. Έτσι λοιπόν, αναλύονται τα στάδια της αγοραστικής απόφασης όπως επίσης και οι πηγές από τις οποίες ο καταναλωτής επηρεάζεται και που θα πρέπει να επιχειρείται ο προσδιορισμός τους. Η μελέτη του Customer Funnel and Journey στο οποίο θα εστιάσουμε σύμφωνα με τις σύγχρονες θεωρήσεις, προσδιορίζει την ακριβή διαδρομή που ακολουθεί ο πελάτης προκειμένου να προβεί σε αγορά και συνεπώς η μελέτη του είναι αναγκαία. Στην συνέχεια τονίζεται η ανάγκη για προσδιορισμό του βαθμού ανάμειξης του καταναλωτή με την αγορά, παρουσιάζονται η θεωρία των πολυκριτηριακών μοντέλων απόφασης, στρατηγικές για την αξιοποίηση τους, καθώς επίσης και οι βασικοί κανόνες επιλογής προϊόντος.

Διδακτική Ενότητα 4: Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Νέο Επιχειρηματικό Περιβάλλον - Οφέλη και Ταξινόμηση των Ηλεκτρονικών Συναλλαγών

Η ενότητα αυτή επιδιώκει να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στον κόσμο του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. Εξετάζεται αρχικά το τι είναι το ηλεκτρονικό επιχειρείν, το τί περιλαμβάνει και

ποιά είναι τα βασικά χαρακτηριστικά του. Στην συνέχεια γίνεται διάκριση μεταξύ του μερικού και του αμιγούς Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και μια σύντομη ιστορική αναδρομή στο πώς φτάσαμε στην σημερινή του μορφή. Παρουσιάζονται παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων προκειμένου να διδαχθούμε από αυτές. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και παρατίθεται μια ταξινόμηση στην οποία μπορούν να ενταχθούν όλες οι σύγχρονες μορφές Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής δράσης.

Διδακτική Ενότητα 5: 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 6: 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 προϊόντα 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.

Μάθημα 2. Social media: Βήμα προς Βήμα ένα Σύγχρονο Εργαλείο Επιχειρείν

Διδακτική Ενότητα 1: 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 2: 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.

Διδακτική Ενότητα 3: Βήμα προς Βήμα Δημιουργία On - Line Διαφημίσεων: Google Ads - Youtube and Advertising

Στην ενότητα αυτή παρέχουμε έναν ολοκληρωμένο και Βήμα-Προς-Βήμα οδηγό χρήσης των Google Ads και YouTube Ads, με επεξήγηση των λειτουργιών που παρέχουν και ανάλυση κάθε βήματος που θα πρέπει να ακολουθήσουμε προκειμένου να δημιουργήσουμε μια αποτελεσματική εκστρατεία. Εξετάζουμε όλες τις παραμέτρους όπως τις Στρατηγικές Προσφορών, τους διαφορετικούς Τύπους Εκστρατείας, την στόχευση Τοποθεσίας, την

Συγγραφή Κειμένου, το A/B Testing, την επιλογή και εύρεση των Λέξεων Κλειδιών, την Παρακολούθηση της πορείας και τις αναγκαίες προσαρμογές, την λειτουργία του Remarketing, αλλά και την λειτουργία του Δείκτη Ποιότητας ο οποίος μας προσφέρει χρήσιμη πληροφόρηση προκειμένου να προβούμε σε διορθωτικές ενέργειες.

Διδακτική Ενότητα 4: LinkedIn - Instagram and Influencers

Το LinkedIn αποτελεί πλέον ένα απαραίτητο εργαλείο για τον επιχειρηματία και το στέλεχος, καθώς είναι ο διαδικτυακός του σύνδεσμος με άλλους επαγγελματίες και επιχειρήσεις. Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται το πώς πρέπει να δημιουργούμε ένα Άρτιο και Επαγγελματικό Προφίλ, αλλά και πώς να το Διαχειριζόμαστε. Επιπλέον, εξετάζουμε το πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε το Instagram το οποίο όλο και περισσότερο κατακτά έδαφος και αξιοποιείται στο επιχειρείν, την τοποθέτηση και διαχείριση Διαφημίσεων σε αυτό, καθώς και την λειτουργία και αξιοποίηση των Influencers.

Διδακτική Ενότητα 5: Ιστοσελίδες Social News and Bookmarking, Ratings and Reviews - Εκπαίδευση στο Tripadvisor, Twitter, Forums

Η ενότητα αυτή στοχεύει στην εξοικείωση του εκπαιδευόμενου με τις ιστοθέσεις Social News και Bookmarking αλλά και Rating and Reviewing με έμφαση στο TripAdvisor όπου εστιάζουμε ιδιαίτερα παρέχοντας εκπαίδευση. Τα συγκεκριμένα εργαλεία του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό εργαλείο άσκησης επιχειρηματικής δράσης και προώθησης των σκοπών της επιχείρησης. Έτσι λοιπόν, αναλύεται το τι ακριβώς είναι, ποιός είναι ο τρόπος λειτουργίας τους και το τι σημαίνουν οι βασικοί όροι που χρησιμοποιούνται. Στη συνέχεια παρέχονται χρήσιμες συμβουλές για την καλύτερη αξιοποίησή τους. Επιπλέον, εξετάζουμε την ορθή λειτουργία του Twitter στο Μάρκετινγκ, αλλά και των Forums.

Διδακτική Ενότητα 6: Νέες Τάσεις στο Ηλεκτρονικό Marketing: Personalization, Augmented and Virtual Reality, Artificial Intelligence, Affiliate, Content, Mobile, Email Marketing

Η ενότητα αυτή κάνει επισκόπηση των σύγχρονων τάσεων στον χώρο του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ. Εστιάζουμε στις αρχές του Personalization μέσω του οποίου προσφέρουμε Εξατομίκευση, παρουσιάζουμε το τι είναι και πώς αξιοποιούνται η Μεγεθυμμένη και τι η Εικονική Πραγματικότητα (Augmented and Virtual Reality) καθώς πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη (Artificial Intelligence). Αναφερόμαστε στο Content Marketing (Marketing Περιεχομένου), αναλύοντας την σημασία του και τους τρόπους χρήσης του. Μέσω του Affiliate Marketing θα προσεγγίζουμε το πώς μπορούμε να διαφημιστούμε σε πολλαπλές ιστοσελίδες αλλά και πώς

να Κερδίσουμε Χρήματα διαφημίζοντας άλλους. Εξετάζουμε επίσης το Mobile Marketing, έναν από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους κλάδους του Digital Marketing και τους δυνατούς τρόπους μέσω των οποίων μπορούμε να το αξιοποιήσουμε. Οι Πλατφόρμες Μαζικής Αποστολής Email αποτελούν ένα απαραίτητο εργαλείο ψηφιακής επιχειρηματικής δράσης που αν και είναι από τα πιο παλιά προσφέρει πολλαπλές δυνατότητες χωρίς μεγάλο κόστος μέσω πλήθους εργαλείων που μπορούν να αξιοποιηθούν με ευκολία. Στα πλαίσια αυτά παρουσιάζουμε τις νέες τάσεις χρήσης με έναν σύγχρονο Βήμα-Προς-Βήμα οδηγό πολύ γνωστής και ευρέως χρησιμοποιούμενης πλατφόρμας.

Διδακτική Ενότητα 7: Δημιουργία Πλάνου Social Media - Παρακολούθηση Απόδοσης με Google Analytics

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα κάνουμε μια επισκόπηση των βασικών βημάτων που θα πρέπει να ακολουθούμε κατά την Δημιουργία ενός Πλάνου Εκστρατείας Social Media. Παράλληλα, θα παραθέσουμε έναν οδηγό (Template) τον οποίο οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν σε μελλοντική δική τους εκστρατεία σαν πρότυπο. Επίσης, κάνουμε μια επισκόπηση των βασικών λειτουργιών του Google Analytics. Σκοπός μας είναι να παρουσιάσουμε τις βασικές πληροφορίες που μπορούμε να αντλήσουμε και να εξετάσουμε τον τρόπο αξιοποίησης τους παρέχοντας έναν Βήμα-Προς-Βήμα οδηγό. Επιπλέον, εξετάζουμε την χρησιμότητα και τις δυνατότητες των Λογισμικών Social Media Management κάνοντας επισκόπηση των βασικότερων από αυτά που είναι διαθέσιμα στην αγορά.

2. Live Σεμινάριο διάρκειας 2 ωρών από κορυφαίο στέλεχος της αγοράς στον Τομέα του Digital Marketing με τίτλο: «Ψηφιακό μάρκετινγκ, αναζήτηση πληροφοριών και νέες ψηφιακές δεξιότητες: Ένας αναπτυσσόμενος τομέας απασχόλησης»

Σκοπός του Σεμιναρίου: Η ορθή χρήση και αξιοποίηση του τεράστιου όγκου της διαθέσιμης πληροφόρησης στα σύγχρονα διοικητικά περιβάλλοντα πληροφορίας απαιτεί στελέχη που ασχολούνται με το μάρκετινγκ αναζήτησης και όσους θέλουν να κάνουν καριέρα στον χώρο του ψηφιακού μάρκετινγκ, να είναι τα άτομα με πληροφοριακή παιδεία που να είναι ικανά να: α) προσδιορίζουν την έκταση της απαιτούμενης πληροφόρησης, β) έχουν πρόσβαση στην απαιτούμενη πληροφόρηση αποτελεσματικά και ικανοποιητικά, γ) αποτιμούν την πληροφόρηση και τις πηγές της με κριτικό πνεύμα, δ) ενσωματώνουν επιλεγμένη πληροφόρηση στη γνωστική βάση κάποιου, ε) χρησιμοποιούν την πληροφόρηση αποτελεσματικά για να επιτελέσει ένα συγκεκριμένο σκοπό, ζ) κατανοούν τα οικονομικά,

11

νομικά και κοινωνικά θέματα που περιβάλλουν τη χρήση της πληροφόρησης και η) έχουν πρόσβαση και να χρησιμοποιούν την πληροφόρηση ηθικά και νόμιμα. Κατά συνέπεια, η στρατηγική πρόκληση των ελληνικών επιχειρήσεων ανταποκρίνεται στο ακόλουθο ερώτημα: Ποιες είναι οι οργανωσιακές ικανότητες και ατομικές δεξιότητες που χρειάζεται μια επιχείρηση για να διαχειριστεί τη μετάβαση από τα παραδοσιακά στα νέα ψηφιακά εργαλεία του μάρκετινγκ;

Με βάση την παραπάνω στρατηγική πρόκληση θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε στο σεμινάριο τα ακόλουθα ερωτήματα:

1. Ποιο είναι το περιεχόμενο της έννοιας πληροφοριακή παιδεία και πως συνδέονται με τις σύγχρονες ψηφιακές δεξιότητες των στελεχών και επαγγελματιών του ψηφιακού μάρκετινγκ;
2. Ποιο είναι το επαγγελματικό προφίλ των υποψηφίων που ασχολούνται με το μάρκετινγκ αναζήτησης;
3. Ποιες είναι οι τυπικές δεξιότητες διαδικτύου, οι δεξιότητες χρήσης του διαδικτύου, οι δεξιότητες αναζήτησης πληροφοριών διαδικτύου και οι στρατηγικές δεξιότητες διαδικτύου που πρέπει να έχει σήμερα ο υποψήφιος;

Η παρακολούθηση των Σεμιναρίων πραγματοποιείται είτε δια ζώσης σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο του Πανεπιστημίου είτε μέσω Live Streaming από διαδικτυακή πλατφόρμα του Πανεπιστημίου. Για την ακριβή ώρα του σεμιναρίου ενημερώνεστε από τη Γραμματεία του Προγράμματος μέσω της εκπαιδευτικής πλατφόρμας.

Εισηγητής του Σεμιναρίου είναι ο κ. **Σπαής Γεώργιος**

Ο Δρ. Γεώργιος Σ. Σπαής (Διδακτορικό Δίπλωμα, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Σχολή Επιστημών Οικονομίας και Δημόσιας Διοίκησης, Τμήμα Δημόσιας Διοίκησης) είναι Ανώτερος Λέκτορας, Canterbury Christ Church University, UK (Athens Campus), Τακτικός Καθηγητής στη Σχολή Αξιωματικών της Αστυνομικής Ακαδημίας της Ελληνικής Αστυνομίας για τη διδασκαλία των μαθημάτων των Δημοσίων Σχέσεων και της Διοικητικής Επιστήμης και μέλος ΣΕΠ του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου Έχει διδάξει σε αρκετά τμήματα ελληνικών Πανεπιστημίων στα αντικείμενα του promotion management, cooperative advertising, sponsorship και marketing education. Έχει δημοσιεύσει ερευνητικές εργασίες σε διεθνή έγκριτα επιστημονικά περιοδικά και διεθνή επιστημονικά συνέδρια.

Εργάζεται ως ανεξάρτητος σύμβουλος μάρκετινγκ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και ως σύμβουλος μάρκετινγκ στο πρόγραμμα συμβουλευτικής υποστήριξης επιχειρηματικότητας του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ. Είναι εκλεγμένος εταίρος (Fellow Member, "FCIM") και πιστοποιημένος με το διεθνή ανώτερο επαγγελματικό τίτλο στον χώρο του μάρκετινγκ, του "Chartered Marketer" (Chartered Institute of Marketing, UK).

3. Ειδίκευση στην Επαγγελματική Δεξιότητα: «Communication Skills and Teamworking»

Η ανάπτυξη των επαγγελματικών σας δεξιοτήτων είναι το κλειδί της επιτυχίας σας που θα σας βοηθήσει να ελίσσεστε στον σύγχρονο επαγγελματικό κόσμο καλύπτοντας τις απαιτήσεις και τις ανάγκες πιθανών εργοδοτών.

“Για την εύρεση εργασίας, την επαγγελματική εξέλιξη και τη μισθολογική αύξηση, σημασία δεν έχουν μόνο τα εκπαιδευτικά προσόντα αλλά και οι δεξιότητες καθώς και ο βαθμός εφαρμογής τους στο χώρο εργασίας» (OECD Employment Outlook 2014)

Το Πρόγραμμα Δεξιοτήτων «**Communication Skills and Teamworking**» αναπτύχθηκε με γνώμονα την παγκόσμια αγορά εργασίας και έχει σχεδιαστεί με τρόπο ώστε να συνάδει με:

- ▶ Τις **Ευρωπαϊκές Οδηγίες** για την ανάπτυξη επαγγελματικών δεξιοτήτων Key Competences for Lifelong Learning- Recommendation of the European Parliament
- ▶ Τα **αποτελέσματα ερευνών** του ΟΟΣΑ (OECD Skills Survey)
- ▶ Τις **έρευνες για τις δεξιότητες** που αναζητούν οι εργοδότες από τους υποψηφίους (ManPower)
- ▶ Τις έρευνες για τις **απαιτούμενες οριζόντιες δεξιότητες** που εξασφαλίζουν υψηλότερες πιθανότητες πρόσληψης (ΣΕΒ, Μάιος 2014)

Μάθημα 1. Αποτελεσματική Επιχειρησιακή Επικοινωνία

Διδακτική Ενότητα 1: Γενικά περί της Επικοινωνίας

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τη σημασία της επικοινωνίας, η οποία καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της ανθρώπινης δραστηριότητας, να εντοπίσει τους κύριους λόγους για τους οποίους επικοινωνούμε, το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο λαμβάνει χώρα η επικοινωνία και τους δίαυλους μέσω των οποίων μεταφέρονται μηνύματα, και να παρουσιάσει τον τρόπο με τον οποίο συντελείται η επικοινωνιακή διαδικασία. Τέλος, να καταγράψει τα εμπόδια που μπορεί να παρέμβουν στη διαδικασία της επικοινωνίας και να

διαστρεβλώσουν την έννοια των μεταφερόμενων μηνυμάτων καθώς και τους τρόπους για να ξεπεραστούν τα εμπόδια αυτά.

Διδακτική Ενότητα 2: Τα Είδη της Επικοινωνίας

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τα βασικά είδη της επικοινωνίας και τις περιπτώσεις κατά τις οποίες ενδείκνυται να χρησιμοποιούνται ώστε η επικοινωνία να είναι αποτελεσματική. Επιπλέον, να εντοπίσει τις διαφορές μεταξύ λεκτικής και μη λεκτικής επικοινωνίας καθώς και να ευαισθητοποιήσει τους εκπαιδευόμενους σχετικά με τη σημασία των τρόπων μη λεκτικής επικοινωνίας.

Διδακτική Ενότητα 3: Μορφές της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να καταστήσει κατανοητή τη σημασία της ανοικτής και αποτελεσματικής επικοινωνίας στο σύγχρονο κόσμο των επιχειρήσεων. Επιπλέον, να επισημάνει τη διαφορά μεταξύ επίσημων και ανεπίσημων καναλιών επικοινωνίας, τόσο στο εσωτερικό της επιχείρησης όσο και στις σχέσεις της με τον έξω κόσμο, και να κατευθύνει τους εκπαιδευόμενους προς το σωστό επικοινωνιακό χειρισμό των κρίσεων.

Διδακτική Ενότητα 4: Προφορική Επικοινωνία

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να καταδείξει πώς η συμπεριφορά μας επηρεάζει τις σχέσεις μας και να παρουσιάσει τα λεκτικά και τα οπτικά στοιχεία της συμπεριφοράς που διευκολύνουν μια συναλλαγή. Επίσης, να παρουσιάσει τις τεχνικές που πρέπει να εφαρμόζονται προκειμένου να μπορούμε να πείσουμε τους άλλους να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους, καθώς και να παρουσιάσει την τεχνική της προφορικής παρουσίασης.

Διδακτική Ενότητα 5: Επιτυχημένη Σύνταξη Επαγγελματικών Κειμένων

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να περιγράψει τις τεχνικές που βελτιώνουν την ποιότητα και την ταχύτητα γραφής επαγγελματικών κειμένων. Επίσης, να παρουσιάσει τους βασικούς κανόνες μορφής και δομής που συνιστούν μια σαφή και περιεκτική επιστολή σε απλή και καθαρή γλώσσα.

Διδακτική Ενότητα 6: Αποτελεσματική Τηλεφωνική Συμπεριφορά

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την τεχνική για τον αποτελεσματικό χειρισμό επαγγελματικών τηλεφωνημάτων, καθώς και να δώσει χρήσιμες υποδείξεις επ' αυτού.

Διδακτική Ενότητα 7: Επικοινωνία κατά τη διάρκεια Συσκέψεων

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις αρχές που διέπουν την οργάνωση και τη διεξαγωγή αποτελεσματικών συσκέψεων στα πλαίσια μικρών ομάδων. Επίσης, να εντοπίσει πώς πρέπει να γίνεται η ορθή προετοιμασία μιας σύσκεψης, πώς διευκολύνεται η επικοινωνιακή διαδικασία κατά τη διάρκειά της και πώς γίνεται εποικοδομητικό κλείσιμο και εξαγωγή συμπερασμάτων.

Μάθημα 2. Διαπραγματευτική Ικανότητα και Ικανότητα Διαμεσολάβησης στην Επίλυση Συγκρούσεων – Διαχείριση Συγκρούσεων

Διδακτική Ενότητα 1: Ανάπτυξη Διαπραγματευτικής Ικανότητας

Οι διαπραγματεύσεις αποτελούν καθημερινό αντικείμενο, είτε στον επαγγελματικό στίβο, είτε στις απλές και συνηθισμένες συναλλαγές της προσωπικής μας ζωής και έχουν μεγάλη σημασία από τη νηπιακή κιόλας ηλικία. Σκοπός της ενότητας είναι να πραγματοποιηθεί μία εισαγωγή στην έννοια της διαπραγμάτευσης και στην σημασία της διαδικασίας αυτής, καθώς και να γίνει ανάπτυξη των τεχνικών που σχετίζονται με την βελτίωση αυτής της ικανότητας.

Διδακτική Ενότητα 2: Το Προσωπικό Στυλ της Διαπραγμάτευσης

Σκοπός της ενότητας είναι να οριστεί με σαφήνεια αυτό που καλείται «στυλ διαπραγμάτευσης» και να παρουσιαστούν οι κυριότερες μορφές που μπορεί να πάρει. Αναλύονται οι σημαντικότερες δεξιότητες και ικανότητες που διαμορφώνουν το προσωπικό στυλ του καθενός καθώς και ο ρόλος της προσωπικότητας ως επιδράζουσα μεταβλητή στην όλη διαδικασία. Η αναφορά επίσης στον τρόπο που η μη λεκτική επικοινωνία ενισχύει το διαπραγματευτικό μας στυλ και ικανότητα, καθώς επίσης και το πώς συναισθήματα όπως ο θυμός μπορούν να αλλοιώσουν το αποτέλεσμα που επιδιώκουμε, ολοκληρώνει την κατανόηση της διαπραγματευτικής διαδικασίας.

Διδακτική Ενότητα 3: Σύγκρουση και Διαπραγμάτευση

Σκοπός της ενότητας είναι να εξοικειωθείτε με την έννοια των συγκρούσεων και τις μορφές που μπορεί να πάρουν ενώ συγχρόνως να μπορέσετε να χρησιμοποιήσετε τις τακτικές και τις στρατηγικές αποφυγής τους. Ιδιαίτερα, σκοπός είναι να μπορέσετε να συνδυάσετε τις διαπραγματευτικές σας δεξιότητες για τον χειρισμό των συγκρούσεων μέσα στο εργασιακό πλαίσιο. Επίσης στόχος είναι να κατανοήσετε πώς διάφορες πειραματικές συνθήκες μπορούν να εξηγήσουν τέτοιου είδους συμπεριφορές και συγχρόνως να μας «εκπαιδεύσουν» για την αντιμετώπιση μελλοντικών παρόμοιων καταστάσεων.

Διδακτική Ενότητα 4: Ο Ανταγωνισμός ως Μορφή Σύγκρουσης

Η ενότητα με τίτλο “Ο Ανταγωνισμός ως μορφή σύγκρουσης”, αποσκοπεί στο να κατανοήσετε το πολυδιάστατο φαινόμενο του ανταγωνισμού, όπως αυτό προκύπτει ως αποτέλεσμα διατομικών και διομαδικών συγκρούσεων μέσα στο χώρο εργασίας. Μέσα από την παρουσίαση του εννοιολογικού πλαισίου του ανταγωνισμού υπό το πρίσμα πειραμάτων και παραδειγμάτων, θα αντιληφθείτε την πραγματική διάσταση του ανταγωνισμού και των συνεπειών του στον εργαζόμενο και στον εργασιακό χώρο. Η πρόταση της συνεργασίας ως η καταλληλότερη επιλογή για την πρόληψη και αντιμετώπιση του ανταγωνισμού, στοχεύει σε επαναπροσδιορισμό του κριτηρίου επιτυχίας στην εργασία.

Διδακτική Ενότητα 5: Κρίση και Διαχείριση (Crisis Management)

Σκοπός της ενότητας είναι να πραγματοποιηθεί μία εισαγωγή στην έννοια των καταστάσεων κρίσης όπως αυτές μπορεί να παρουσιάζονται στον επαγγελματικό αλλά και προσωπικό χώρο του ατόμου, και στην σημασία της διαχείρισής τους τόσο σε ατομικό όσο και ομαδικό επίπεδο. Η μεταφορά συστηματοποιημένων γνώσεων με σκοπό την αύξηση των ικανοτήτων και βελτίωση των δεξιοτήτων ώστε η αντιμετώπιση των κρίσεων να αποτελεί ευθύνη όλων, αποτελεί και τον τελικό στόχο του μαθήματος. Παρουσιάζονται οι αρχές διαχείρισης των κρίσεων, των κινδύνων και της εικόνας και τονίζεται η σπουδαιότητα του στόχου και του προγραμματισμού. Κανόνες και τρόποι διαχείρισης των κρίσεων θα προσπαθήσουν να εδραιώσουν την αφομοίωση των παρουσιαζόμενων εννοιών.

Διδακτική Ενότητα 6: Η Αποτελεσματική Διαχείριση μιας Κρίσης

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να εισαγάγει τον αναγνώστη στην έννοια των κρίσεων των επιχειρήσεων. Ταυτόχρονα τον βοηθά να κατανοήσει την μεθοδολογία με

βάση την οποία μπορεί να αντιμετωπίσει θετικά μία κρίση, βοηθώντας τον να διαχειρίζεται δύσκολες καταστάσεις για μια επιχείρηση με επιτυχία.

Μάθημα 3. Βελτίωση των Διαπροσωπικών Σχέσεων στο Χώρο Εργασίας

Διδακτική Ενότητα 1: Συμπεριφορά, Επικοινωνία και Στάση

Η διδακτική αυτή ενότητα έχει ως στόχο της, να κάνει πιο κατανοητή τη φύση και τους παράγοντες που την επηρεάζουν της καθημερινής εργασιακής συμπεριφοράς των ατόμων που αναμφισβήτητα επηρεάζει την αποτελεσματικότητά τους. Η ανάλυση και ερμηνεία των επικοινωνιακών φαινομένων επιτυγχάνεται με τη βοήθεια της Συναλλακτικής ανάλυσης του Καναδού ψυχολόγου-αναλυτή Eric Berne (1950-1960), μια θεωρία αρκετά ευκολονόητη και σε άμεση σχέση με την εμπειρία διευθυντών και υφισταμένων.

Διδακτική Ενότητα 2: Φραγμοί Επικοινωνίας

Η διδακτική αυτή ενότητα αποσκοπεί στο να κατανοήσετε τα ποικίλα προβλήματα που ανακύπτουν κατά τη διαπροσωπική επικοινωνία των εργαζομένων μέσα στο χώρο εργασίας καθώς και την αναγκαιότητα για βελτίωση των εργασιακών σχέσεων. Οι διαστρεβλώσεις του επικοινωνιακού μηνύματος, η προσωπικότητα των εργαζομένων καθώς και παράγοντες του εργασιακού πλαισίου λειτουργούν ως εμπόδια που δυσχεραίνουν τις διαπροσωπικές-εργασιακές σχέσεις με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση, δυσαρέσκεια, στρες, μοναξιά και αποξένωση τόσο μεταξύ προϊσταμένων-υφισταμένων όσο και μεταξύ συναδέλφων.

Διδακτική Ενότητα 3: Δεξιότητες και Τεχνικές Διαπροσωπικής Επικοινωνίας

Η διδακτική αυτή ενότητα έχει ως στόχο της να μελετήσει τις βασικές δεξιότητες και τεχνικές της αποτελεσματικής διαπροσωπικής επικοινωνίας. Η υιοθέτησή τους από κάθε εργαζόμενο σε συνδυασμό με τη συνεχή πρακτική εξάσκηση, συμβάλλει τόσο στη διαμόρφωση καλού εργασιακού κλίματος μεταξύ διευθυντών-υφισταμένων όσο και στη θωράκιση της επιχείρησης με ασφαλή τρόπο σε περιόδους αβεβαιότητας και οργανωτικής αλλαγής.

Μάθημα 4. Συναισθηματική νοημοσύνη και επαγγελματική επιτυχία

Διδακτική Ενότητα 1: Περί της Συναισθηματικής Νοημοσύνης

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι αρχικά να παρουσιάσει τη σημασία που έχει η Συναισθηματική Νοημοσύνη για την επαγγελματική επιτυχία σε όλους τους κλάδους και ιδιαίτερα σε αυτούς που έχουν να κάνουν με την εξυπηρέτηση του πελάτη. Στη συνέχεια,

αναλύονται οι διαστάσεις που απαρτίζουν τη συναισθηματική νοημοσύνη και οι ικανότητες που περιγράφει η κάθε μία, οι οποίες μπορούν να αναπτυχθούν και έχουν σαν αποτέλεσμα τη διακεκριμένη επίδοση στην εξυπηρέτηση.

Διδακτική Ενότητα 2: Ανάπτυξη Συναισθηματικής Νοημοσύνης

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να μυήσει τους εκπαιδευόμενους στους τρόπους ανάπτυξης συναισθηματικής νοημοσύνης και στην καταπολέμηση των παραγόντων που την εμποδίζουν.

Διδακτική Ενότητα 3: Συναισθηματική Νοημοσύνη και Ηγεσία

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις βασικές συμπεριφορές και τα στυλ ηγεσίας που χρησιμοποιούν εναλλακτικά, ανάλογα με την κατάσταση, οι πιο αποτελεσματικοί ηγέτες.

Διδακτική Ενότητα 4: Ο Συναισθηματικά Νοήμων Οργανισμός

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι η παρουσίαση της έννοιας και των χαρακτηριστικών των συναισθηματικά ευφών οργανισμών, καθώς επίσης των βημάτων που οδηγούν στην ανάπτυξή τους.

Μάθημα 5. Ανάπτυξης Ομαδικού Πνεύματος και Δεξιότητες Επικοινωνίας

Διδακτική Ενότητα 1: Ανάπτυξη ομαδικού πνεύματος

Η συγκεκριμένη θεματική αφορά την εκπαίδευση στην ανάπτυξη της ομαδικότητας και συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων, στην αντιμετώπιση συγκρούσεων και στην ανάδειξη της επικοινωνίας ως μοχλού αντίστασης στην εκκόλαψη του εργασιακού στρες. Σκοπός της ενότητας είναι η εισαγωγή των εκπαιδευομένων στην έννοια της ομάδας και η κατανόηση των διαφορετικών παραγόντων που επιδρούν στη διαμόρφωση και τη λειτουργία της

Διδακτική Ενότητα 2: Κοινωνικές δεξιότητες στο χώρο εργασίας

Έρευνες ήδη από τη δεκαετία του '70 έδειξαν ότι η επιτυχία στην επαγγελματική σταδιοδρομία δεν επηρεάζεται τόσο από τη διανοητική ευφυΐα, όπως ήταν ευρέως αποδεκτό μέχρι τότε, όσο από ικανότητες κοινωνικού χαρακτήρα, που αφορούν τις διανθρώπινες σχέσεις και τα συναισθήματα, όπως είναι η ικανότητα να κατανοούμε τη θέση των άλλων,

καθώς και να χειριζόμαστε τα δικά μας συναισθήματα προκειμένου να επικοινωνούμε δημιουργικά. Στην ενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι εκπαιδεύονται στην ανάπτυξη των ικανοτήτων αυτών, με γνώμονα το μοντέλο του Goleman για τη συναισθηματική νοημοσύνη.

Διδακτική Ενότητα 3: Διαχείριση κρίσεων στο χώρο εργασίας

Η συγκεκριμένη ενότητα απασχολεί ένα μεγάλο μέρος εργαζομένων που αντιμετωπίζουν δυσκολίες στο χώρο εργασίας. Στοχεύει στην εξοικείωση με τα χαρακτηριστικά και τους τρόπους διαχείρισης της κρίσης, εισάγοντάς τους στην έννοια της παγίωσης ρόλων, στη διαφορετικότητα και στις δυσκολίες επικοινωνίας. Ουσιαστικά, κάθε εκπαιδευόμενος, μέσα από τη θεωρητική προσέγγιση των θεμάτων, τα παραδείγματα και την επεξεργασία προσωπικών εμπειριών, έχει τη δυνατότητα να κατανοήσει και να συμβάλει στην αντιμετώπιση των εργασιακών κρίσεων.

4. Career Planning, Personal Branding & Goal setting με Προσωπικό Career Coach

Σε αυτό το επίπεδο είστε σε θέση να θέσετε τα θεμέλια της εξέλιξης της καριέρας σας, λαμβάνοντας προσωπική καθοδήγηση από Σύμβουλο Καριέρας που θα σας βοηθήσει να δημιουργήσετε ένα ισχυρό επαγγελματικό προφίλ και να αναδείξετε τα δυνατά σας σημεία μέσα από ένα δυνατό βιογραφικό.

Κατά τη διάρκεια αυτής της εβδομάδας θα πραγματοποιήσετε σε συνεργασία με τον προσωπικό σας Career Coach τις εξής δραστηριότητες καριέρας:

- ▶ **Προσωπική Συνέντευξη** για τη διαμόρφωση του επαγγελματικού σας προφίλ
- ▶ **Προσωπικό SWOT Analysis** προκειμένου να ανιχνευθούν πιθανά δυνατά ή αδύνατα σημεία σας, και ποια από αυτά μπορείτε να αναδείξετε με μεγαλύτερη επιτυχία στον επαγγελματικό σας τομέα
- ▶ **Στοχοθεσία Καριέρας** και Career Mission Statement που θα αποτελέσει τον οδηγό σας για τη λήψη των κατάλληλων εκπαιδευτικών και επαγγελματικών αποφάσεων
- ▶ **Σύνταξη Βιογραφικού & Συνοδευτικής Επιστολής** που θα αναδεικνύει με βέλτιστο τρόπο το επαγγελματικό σας προφίλ και θα σας δίνει το προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού
- ▶ **Κατάλληλη προετοιμασία για Συνέντευξη** από εξειδικευμένο Σύμβουλο, προκειμένου να είστε σε θέση να ανταποκριθείτε στις οποιοσδήποτε προκλήσεις μιας απαιτητικής Συνέντευξης
- ▶ **Συνεδρία ενδυνάμωσης**, παρακίνησης και ανάδειξης των δυνατών σας σημείων (*προαιρετικό)

- ▶ **Ανίχνευση επαγγελματικών ενδιαφερόντων** και κλίσεων μέσω ειδικού εργαλείου - τεστ επαγγελματικού προσανατολισμού (*προαιρετικό)

Η διάρκεια των δραστηριοτήτων αυτών είναι μια εβδομάδα και πραγματοποιούνται μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας του e-learning του Πανεπιστημίου Αθηνών.

5. Career Networking

Μετά την επιμόρφωση σας στον τομέα του Digital Marketing, την ειδίκευση σας στην επαγγελματική δεξιότητα «**Communication Skills and Teamworking**» και την απαραίτητη προετοιμασία καριέρας που χρειάζεστε προκειμένου να δραστηριοποιηθείτε σε μια ανταγωνιστική αγορά εργασίας, σας παρέχουμε ακόμη όλη την απαραίτητη **επαγγελματική δικτύωση** που θα σας βοηθήσουν να προσελκύσετε πιθανές νέες θέσεις εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα, ως εκπαιδευόμενοι του προγράμματος, λαμβάνετε:

- ▶ **Καταλόγους με εθνικές και πολυεθνικές εταιρείες** που εμφανίζουν ανάπτυξη και υψηλό ποσοστό προσλήψεων τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.
- ▶ Καθοδήγηση για δημιουργία ή επαναδιαμόρφωση του προσωπικού σας λογαριασμού στο Επαγγελματικό Δίκτυο LinkedIn προκειμένου να σας **διασυνδέσουμε με συγκεκριμένα στελέχη** επιχειρήσεων και εταιρειών του κλάδου σας.

Η διάρκεια της δραστηριότητας αυτής είναι μια εβδομάδα και πραγματοποιείται εξ αποστάσεως μέσω της διαδικτυακής εκπαιδευτικής πλατφόρμας.