
Αποτελεσματικό
Marketing Campaign
και Social Media
(Εκμάθηση του
Λογισμικού Entersoft
CRM)

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 **«Αποτελεσματικό Marketing Campaign και Social Media (Εκμάθηση του Λογισμικού Entersoft CRM)»**.

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: **«Αποτελεσματικό Marketing Campaign και Social Media (Εκμάθηση του Λογισμικού Entersoft CRM)»**, 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 **«Αποτελεσματικό Marketing Campaign και Social Media (Εκμάθηση του Λογισμικού Entersoft CRM)»** εντάσσεται στο πλαίσιο των προγραμμάτων **Ψηφιακής Πρακτικής & Εκπαίδευσης (Digital Practice & Education – D.P.E.)**. Αποτελεί την πιο τεκμηριωμένη και επιστημονικά ολοκληρωμένη πρόταση θεωρητικής εκπαίδευσης και πρακτικής κατάρτισης και απευθύνεται σε εκπαιδευόμενους που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν:

- ▶ **Θεωρητική γνώση** σχετικά με το αντικείμενο της Διοίκησης Λιανικών Πωλήσεων,
- ▶ **Εκμάθηση συγκεκριμένου λογισμικού** της εταιρίας πληροφορικής Entersoft
- ▶ **Δεξιότητες και εμπειρία σε πραγματικά δεδομένα εργασίας (on the job training)** μέσω της Πρακτικής Εφαρμογής του Λογισμικού (case studies) σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ιδιωτικό τομέα.

Η παραπάνω δομή του προγράμματος διασφαλίζει υψηλό επίπεδο παρεχόμενης γνώσης. Σκοπός του προγράμματος είναι ο εκπαιδευόμενος να συνδυάσει και να αξιοποιήσει τα

διαφορετικά εργαλεία γνώσης που του παρέχονται έτσι ώστε να δημιουργήσει τις αναγκαίες και ικανές συνθήκες μελλοντικής διασύνδεσής του με την αγορά εργασίας. Συγκεκριμένα:

Το πρώτο μέρος του προγράμματος θα ξεκινήσει με μία εισαγωγή στις βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ, το μείγμα Μάρκετινγκ, ανάλυση περιβάλλοντος και ανταγωνισμού και θα ακολουθήσει η ανάλυση της συμπεριφοράς του Καταναλωτή εισαγωγή και η οργάνωση-σχεδιασμός μιας Έρευνας Μάρκετινγκ. Επίσης θα διερευνηθεί η επίδραση των Social Media ως ένα χρήσιμο εργαλείο στο σύγχρονο επιχειρείν. Θα γίνει αναφορά στις Ηλεκτρονικές Κοινότητες, θα αναλυθεί το πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα Social Media για επιχειρηματική δράση, ενώ θα ακολουθήσει γνωριμία με έννοιες και εργαλεία όπως: Blogging, Twitter και Microblogging κ.α

Στο δεύτερο μέρος του προγράμματος, πραγματοποιείται η εκμάθηση του λογισμικού Entersoft CRM με έμφαση στο κομμάτι Marketing Campaign and Social Media το οποίο αφορά τη διαχείριση εκστρατειών και εκδηλώσεων, παρακολούθηση δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και για την αποτελεσματική ανάλυση και αξιοποίηση πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τέλος, στο τρίτο μέρος του προγράμματος, ο εκπαιδευόμενος εξοικειώνεται πλήρως με το λογισμικό και τη πρακτική εφαρμογή του. Οι Μελέτες Περίπτωσης (Case Studies) αποτελούν «προσομοίωση» υπαρκτών προβλημάτων ή καταστάσεων που προκύπτουν στην καθημερινή λειτουργία συγκεκριμένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας. Μέσω αυτών, οι εκπαιδευόμενοι χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο λογισμικό καλούνται να βρουν την ενδεδειγμένη λύση.

Ο εκπαιδευόμενος, μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος, θα έχει λάβει ολοκληρωμένη γνώση γύρω από τη Διοίκηση Καταστήματος Λιανικής, θα είναι σε θέση να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα εργαλεία και τις τεχνικές που συνθέτουν το πλούσιο φάσμα των λιανικών πωλήσεων, ενώ θα είναι ικανός να χειριστεί το λογισμικό Entersoft CRM με έμφαση στο κομμάτι Marketing Campaign and Social Media, αξιοποιώντας αυτή τη γνώση στο χώρο εργασίας του ή αποκτώντας επιπλέον τυπικά και ουσιαστικά προσόντα τα οποία είναι απολύτως απαραίτητα για μία επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία.

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

Τα προγράμματα απευθύνονται:

- ▶ Σε κάθε εργαζόμενο που χρειάζεται εξειδικευμένες γνώσεις χειρισμού συγκεκριμένου λογισμικού για να τις χρησιμοποιήσει στο χώρο εργασίας του σε συνδυασμό με θεωρητική εκπαίδευση
- ▶ Σε νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας και ανέργους για τους οποίους η εξειδίκευση και ο συνδυασμός θεωρητικής και πρακτικής γνώσης αποτελούν ισχυρό εφόδιο στον αγώνα για την επαγγελματική τους αποκατάσταση

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

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

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 αγγλικής γλώσσας. Το υλικό του Β' μέρους που αφορά την εκμάθηση λογισμικού δίνεται στην αγγλική γλώσσα
- ▶ 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

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει **4 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Α ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ερευνα Μάρκετινγκ: Ένα Πολύτιμο Εργαλείο

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 αξιοποίησή τους, καθώς επίσης και οι βασικοί κανόνες επιλογής προϊόντος.

Διδακτική Ενότητα 4: Εισαγωγή στην Έρευνα Αγοράς – Αρχές και Στόχοι

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιαστεί το τί είναι και τί δεν είναι η έρευνα αγοράς. Έτσι, αρχικά θα δούμε ποιά είναι η αξία της έρευνας μάρκετινγκ στον στρατηγικό σχεδιασμό. Στην συνέχεια αναφέρουμε πώς συνδέεται με τον εντοπισμό πιθανών ευκαιριών και απειλών τις οποίες η επιχείρηση οφείλει να εντοπίσει αλλά και πώς οφείλει η επιχείρηση να αξιοποιεί τα αποτελέσματα της προκειμένου να βελτιώνει την δράση της. Στην συνέχεια παρέχουμε έναν ολοκληρωμένο ορισμό και παραθέτουμε τις αρχές πάνω στις οποίες στηρίζεται και τις οποίες αναλύουμε διεξοδικά. Αναφερόμαστε στην διάκριση μεταξύ δεδομένων και πληροφορίας και κάνουμε ιδιαίτερο λόγο για την σημασία της ανάδρασης.

Διδακτική Ενότητα 5: Σχεδιάζοντας μία Έρευνα Μάρκετινγκ

Η ενότητα αποσκοπεί στο να βοηθήσει τον εκπαιδευόμενο να κατανοήσει ποιά είναι τα απαραίτητα βήματα για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας έρευνας αγοράς. Το σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον απαιτεί έρευνες αγοράς σωστά ορισμένες και υλοποιημένες που θα δώσουν ξεκάθαρα αποτελέσματα τα οποία θα διευκολύνουν την λήψη των αποφάσεων και θα μειώνουν το ρίσκο που αυτές ενέχουν. Συνεπώς, εξετάζονται τα βήματα που απαιτούνται και αναλύονται έννοιες και όροι που προκύπτουν. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά στους εξωτερικούς παράχους υπηρεσιών έρευνας αγοράς και στον τρόπο επιλογής του καταλληλότερου.

Social Media: 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 αξιοποίησής 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 Μεγεθυμένη 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.

Β ΜΕΡΟΣ: Εκμάθηση Λογισμικού (Εκμάθηση Διαχείρισης Λογισμικού στη Βασική Έκδοσή του)

Μάθημα - Εκμάθηση Λογισμικού Entersoft CRM (campaign)

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

Γ ΜΕΡΟΣ: ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

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

Τα Case Studies καθώς και τα δεδομένα που θα χρησιμοποιήσετε στο Γ Μέρος, διαφοροποιούνται ανάλογα με την Επιχείρηση που θα επιλέξετε κατά την υποβολή της αίτησής σας. Η διαθεσιμότητα των Επιχειρήσεων δύναται να μεταβάλλεται ανά εκπαιδευτικό κύκλο.