
Marketing και Τεχνικές Πωλήσεων

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 και Τεχνικές Πωλήσεων»**.

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 και Τεχνικές Πωλήσεων»**, 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

Σκοπός του προγράμματος **«Marketing και Τεχνικές Πωλήσεων»** είναι να παράσχει τα απαραίτητα εφόδια σε άτομα τα οποία επιθυμούν να εξοικειωθούν με:

- ▶ τις βασικές τεχνικές του μάρκετινγκ,
- ▶ τα στάδια της έρευνας αγοράς, την χρησιμότητά της, καθώς και τον ορθό προγραμματισμό της συγκεκριμένης διαδικασίας,
- ▶ την εφαρμογή και υλοποίηση ενός σχεδίου Μάρκετινγκ,
- ▶ την μεθοδολογία εισαγωγής ενός προϊόντος σε μια τοπική ή ξένη αγορά,
- ▶ τις σύγχρονες μεθόδους του e-μάρκετινγκ,
- ▶ τις αποτελεσματικές τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων,
- ▶ τις λειτουργίες και τις στρατηγικές διαχείρισης των πωλήσεων,
- ▶ τα επιμέρους στάδια της πώλησης και τη σημασία του ρόλου του πωλητή σε καθένα από αυτά.

Ο εκπαιδευόμενος μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος θα είναι σε θέση να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα εργαλεία και τις τεχνικές που συνθέτουν το πλούσιο φάσμα του μάρκετινγκ, καθώς επίσης, να διαμορφώνει ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα πωλήσεων,

αποκτώντας παράλληλα, επιπλέον τυπικά και ουσιαστικά προσόντα για μία επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία.

Στο τέλος του θεωρητικού μέρους του Προγράμματος οι εκπαιδευόμενοι έχουν τη δυνατότητα να μάθουν να χρησιμοποιούν Λογισμικό Πρόγραμμα 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 Μεταλυκειακής Εκπαίδευσης με συναφείς στο αντικείμενο σπουδές
- ▶ 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
- ▶ 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 υπλοαδ, 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

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ & ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Διδακτική Ενότητα 1. Οικονομική Ανάλυση

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να αποτυπωθούν οι βασικές αρχές της οικονομικής ανάλυσης. Η ενότητα αυτή αποτελεί ουσιαστικά μια εισαγωγή στην οικονομική επιστήμη. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθεί το αντικείμενο της οικονομικής επιστήμης, η έννοια της προσφοράς και της ζήτησης καθώς και ο τρόπος λειτουργίας της οικονομίας μέσα από το διάγραμμα κυκλικής ροής.

Διδακτική Ενότητα 2. Μακροοικονομική Θεωρία

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στην μακροοικονομική ανάλυση. Θα γίνει αναφορά στα ποσοτικά δεδομένα της μακροοικονομίας, τις έννοιες της οικονομικής άνθησης και ύφεσης και του οικονομικού κύκλου. Τέλος, σε αυτήν τη διδακτική ενότητα, θα εξεταστούν οι σχολές μακροοικονομικής σκέψης, πώς γίνεται η διάρθρωση χαρτοφυλακίου, και γενικά η μακροοικονομική πολιτική.

Διδακτική Ενότητα 3. Μικροοικονομική Θεωρία

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στην μικροοικονομική ανάλυση. Θα αναφερθούμε στην έννοια της Αγοράς, θα δούμε το Υπόδειγμα Προσφοράς - Ζήτησης

και το Κόστος Παραγωγής, καθώς και τις Δομές Αγοράς. Τέλος θα ασχοληθούμε με την Οικονομική της Ευημερίας, τα Δημόσια Αγαθά και τις Εξωτερικές Οικονομικές Επιπτώσεις.

Διδακτική Ενότητα 4. Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Στόχος της παρούσας διδακτικής ενότητας είναι να γνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι τα βασικά στοιχεία της επιχειρήσεως. Η ενότητα ξεκινά με την παρουσίαση των λειτουργιών της διοίκησης. Στη συνέχεια η εξετάζεται η επιχείρηση ως σύστημα και αναλύονται οι στόχοι που μπορεί να έχει ένα σύστημα.

Διδακτική Ενότητα 5. Βασικά Στοιχεία Στατιστικής και Οικονομετρικής Ανάλυσης

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να αποτυπωθούν οι βασικές αρχές της στατιστικής ανάλυσης. Η ενότητα αυτή αποτελεί ουσιαστικά μια εισαγωγή στην στατιστικής επιστήμη. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθεί το αντικείμενο της περιγραφικής στατιστικής και κάποια στοιχεία της οικονομετρικής ανάλυσης.

ΜΑΘΗΜΑ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Έννοιες και Αρχές του Marketing

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα αναλύονται οι βασικές έννοιες του marketing. Ο αντικειμενικός σκοπός της ενότητας είναι να εφοδιάσει αυτούς, που ασκούν τη διοίκηση των επιχειρήσεων και τα μελλοντικά στελέχη των επιχειρήσεων με τις βασικές τεχνικές του marketing. Η θεωρία του Marketing συνοδεύεται με χειροπιαστά παραδείγματα, πραγματικά ή υποθετικά. Με τον τρόπο αυτό, πιστεύεται πως το θεωρητικό αυτό πλαίσιο, θα γίνει ευκολότερα κατανοητό από τον εκπαιδευόμενο.

Διδακτική Ενότητα 2: Συμπεριφορά του Καταναλωτή - Λήψη Αγοραστικής Απόφασης

Η διδακτική ενότητα τονίζει τη σημασία της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών που εφαρμόζει το marketing κατά τη διάρκεια της διαδικασίας βάσει της οποίας θα αποφασίσει ο καταναλωτής εάν θα αγοράσει ή θα απορρίψει ένα προϊόν. Έτσι, ο καταναλωτής γίνεται το επίκεντρο της ανάλυσης μας. Η μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή, η οποία δεν απέχει πολύ από τη μελέτη της γενικής συμπεριφοράς του ανθρώπου, έχει ως στόχο την ικανοποίησή του. Η σύνθεση των

ανακαλύψεων πολλών κλάδων, όπως της ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας, της οικονομολογίας και της ανθρωπολογίας, βοηθούν στο να ερμηνεύσουμε τη συμπεριφορά του καταναλωτή.

Διδακτική Ενότητα 3: Συμπεριφορά του Καταναλωτή - Τμηματοποίηση της Αγοράς

Η διδακτική ενότητα υπογραμμίζει ότι ο πρώτος βασικός στόχος μιας στρατηγικής Marketing είναι η επιλογή του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς που ενδιαφέρει την επιχείρηση. Ο δεύτερος στόχος είναι η επιλογή της κατάλληλης προσφοράς προς το συγκεκριμένο αυτό τμήμα της αγοράς. Έτσι, αναλύονται κριτήρια βάσει των οποίων γίνεται η τμηματοποίηση της αγοράς, καθώς και στρατηγικές Marketing που σχετίζονται με αυτήν την διαδικασία. Επίσης, παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα για τον επιχειρηματία μιας ορθής τμηματοποίησης της αγοράς.

Διδακτική Ενότητα 4: Έρευνα Marketing

Ο σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να υπογραμμιστεί η σημασία που έχει για την επιχείρηση μια έγκαιρη και καλά μελετημένη έρευνα Marketing. Εδώ, αναλύονται κάποιοι από τους λόγους που επιβάλλουν την έρευνα Marketing, δίνεται το περιεχόμενο και η έκταση της έρευνας Marketing, καθώς επίσης, και η σημασία ενός ορθού προγραμματισμού ολόκληρης της διαδικασίας της έρευνας αγοράς.

Διδακτική Ενότητα 5: Σχέδιο Marketing

Η συγκεκριμένη διδακτική ενότητα επικεντρώνεται στο ρόλο του σχεδίου Marketing, ως μηχανισμός αποτελεσματικής επικοινωνίας. Σκοπός του στρατηγικού σχεδιασμού είναι να βοηθήσει τους μάνατζερ της επιχείρησης στον καθορισμό του επιθυμητού μέλλοντος του προϊόντος, αφού αναγνωρίσει προηγουμένως την πραγματικότητα της αγοράς. Επίσης, αναλύονται τα στάδια του σχεδίου Marketing, το περίγραμμα περιεχομένων ενός τυπικού σχεδίου Marketing, καθώς και η διαδικασία εφαρμογής - υλοποίησης του σχεδίου Marketing.

Διδακτική Ενότητα 6: Προϊόν - Έννοια και Διακρίσεις

Η παρούσα διδακτική ενότητα αναλύει την έννοια του προϊόντος. Το σύνολο, δηλαδή, των φυσικών και ψυχολογικών ικανοποιήσεων τις οποίες προσφέρει στον αγοραστή. Επίσης, αναλύεται ο τρόπος που μπορεί να γίνει η κατάταξη του προϊόντος, καθώς επίσης και η εικόνα του προϊόντος, δηλαδή η εντύπωση που προκαλεί στη συνείδηση ενός καταναλωτή. Ο κύκλος ζωής του προϊόντος, οι παράγοντες που καθορίζουν το βέλτιστο προϊόν, οι αποφάσεις σχετικά με τη μάρκα του

εμπορεύματος, καθώς και η συσκευασία του προϊόντος αποτελούν σημεία που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τους ερευνητές Marketing.

Διδακτική Ενότητα 7: Προϊόν - Ανάπτυξη Νέων προϊόντων και Καινοτομία

Η παρούσα διδακτική ενότητα εξετάζει τη σημασία που έχει για μια επιχείρηση η ανάπτυξη νέων προϊόντων. Η πολιτική του νέου προϊόντος, καθώς επίσης και τα στάδια που θα πρέπει ο υπεύθυνος του Marketing να ερευνήσει για την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, είναι ουσιαστικής σημασίας. Ο σκοπός του κάθε σταδίου είναι να καθορίσει εάν η ιδέα για την εισαγωγή του νέου προϊόντος θα πρέπει να προχωρήσει στο επόμενο στάδιο. Η δομή των ομάδων αποδοχής του νέου προϊόντος θα παίξει σημαντικό ρόλο, αν η διοίκηση Marketing κατορθώσει να προσδιορίσει τη φύση και την έκταση αποδοχής του προϊόντος αυτού από τους καταναλωτές.

Διδακτική Ενότητα 8: Προϊόν - Στρατηγικές προϊόντος

Η διδακτική ενότητα αναλύει κάποιες στρατηγικές που μπορεί να ακολουθήσει η Διεύθυνση Marketing για την εισαγωγή ενός προϊόντος σε μια τοπική ή ξένη αγορά. Επίσης, η ποικιλία και η προμήθεια των προϊόντων, η διαφοροποίησή τους με σκοπό να υπερέχουν από αυτά των ανταγωνιστών, καθώς και η απόφαση για τη σωστή επιλογή της συσκευασίας και του εμπορικού σήματος θα συμβάλλουν στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της επιχείρησης.

ΜΑΘΗΜΑ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Διδακτική Ενότητα 1: Ηλεκτρονικό εμπόριο: Πώς ξεκίνησε

Αντικείμενο της διδακτικής ενότητας είναι να κάνει μία αναδρομή στην ιστορία του ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα δούμε πώς ξεκίνησε ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά του, ποιοι τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου υπάρχουν και θα αναπτύξουμε τις βασικές προοπτικές στην τεχνολογία και στο ίδιο το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Διδακτική Ενότητα 2: Ένα σύντομο ιστορικό & Οργάνωση θεμάτων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας, η οποία αποτελεί συνέχεια της προηγούμενης, είναι να γίνει εκτενής αναφορά στις τρεις μέχρι στιγμής περιόδους ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πρώτη φάση ήταν αυτή της καινοτομίας από το 1995 έως το 2000. Η δεύτερη ήταν από 2000 έως το 2005 όπου κόπασε για λίγο ο αρχικός ενθουσιασμός και χαρακτηρίστηκε ως περίοδος επανεκτίμησης για να έρθει η τρίτη περίοδος την οποία και διανύουμε αυτή δηλαδή της ισχυρής ανάπτυξης που προσέλκυσε τεράστια κοινά.

Διδακτική Ενότητα 3: Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθεί η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο δεν είναι πάντα το ίδιο με την επιχειρηματική στρατηγική αν και σε ορισμένες περιπτώσεις έχουν πολύ μικρές διαφορές όταν το πρώτο λαμβάνει υπόψη του άμεσα το ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν τα βασικά στοιχεία ενός επιχειρηματικού μοντέλου και η κατηγοριοποίησή τους.

Διδακτική Ενότητα 4: Μεγάλα επιχειρηματικά μοντέλα: B2C & B2B

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εμβαθύνει στη χρήση των δύο πιο γνωστών και οικείων επιχειρηματικών μοντέλων ιδίως του Business to Consumer και να παρουσιάσει τα βασικά τους χαρακτηριστικά, τις παραλλαγές τους καθώς και περιγράψει έννοιες που είναι εγγενείς στη λειτουργία τους.

ΜΑΘΗΜΑ - ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

Διδακτική Ενότητα 1: Το λιανικό εμπόριο στην πράξη - Ανάλυση βιωσιμότητας

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι παρουσιάσει τον τομέα του λιανικού εμπορίου στο διαδίκτυο όπως έχει σήμερα. Καταγράφονται οι τάσεις που επικρατούν ενώ στη συνέχεια γίνεται ανάλυση της βιωσιμότητας των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό. Η ανάλυση της βιωσιμότητας γίνεται με δύο διαφορετικές προσεγγίσεις: τη στρατηγική και την οικονομική ανάλυση.

Διδακτική Ενότητα 2: Επιχειρηματικά μοντέλα λιανικού εμπορίου

Σκοπός της διδακτικής ενότητας σε συνέχεια της προηγούμενης είναι να εξετάσει τα τέσσερα βασικά είδη επιχειρηματικών μοντέλων εμπορίου λιανικής: Εικονικοί έμποροι, έμποροι πολλαπλών καναλιών (με παρουσία με φυσικά καταστήματα και στο διαδίκτυο), έμποροι καταλόγων και εταιρείες κατασκευαστών. Επιπλέον εξετάζονται και οι μικρές οικογενειακές εμπορικές επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες πωλήσεων των eBay, Amazon ή Yahoo, καθώς και συνεργάτες εμπόρους των οποίων τα βασικά έσοδα προέρχονται από την προώθηση της κυκλοφορίας στις μητρικές ιστοσελίδες.

Διδακτική Ενότητα 3: Ο τομέας των υπηρεσιών στο διαδίκτυο

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μελετήσει τον τομέα των υπηρεσιών που αποτελεί τον μεγαλύτερο και πιο ραγδαία αναπτυσσόμενο τομέα της οικονομίας στα αναπτυγμένα βιομηχανικά

έθνη. Στην ενότητα αυτή δίδεται ο ορισμός και η ταξινόμηση σε διάφορους τομείς των υπηρεσιών ενώ στη συνέχεια αναπτύσσονται εκτενώς οι τομείς των οικονομικών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών καθώς και οι υπηρεσίες καριέρας.

Διδακτική Ενότητα 4: Περιεχόμενο στο διαδίκτυο

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι εξετάσει άλλον ένα τομέα της οικονομίας που αντιμετωπίζει ιδιαίτερες προκλήσεις διεθνώς από την εξάπλωση του διαδικτύου και της χρήσης του παγκόσμιου ιστού, αυτόν των παρόχων περιεχομένου. Σε αυτόν περιλαμβάνονται όλες οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν έντυπα, τηλεόραση, ταινίες για να επικοινωνήσουν καθώς και επιχειρήσεις διανομής περιεχομένου, όπως καλωδιακή, ευρυζωνική και δορυφορική τηλεόραση, εκτυπωτές και καταστήματα περιεχομένου λιανικής όπως δισκοπωλεία και βιντεοκλαμπ.

ΜΑΘΗΜΑ - ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Διδακτική Ενότητα 1: Λειτουργίες και Στρατηγικές της Διαχείρισης των Πωλήσεων

Ο σκοπός της παρούσας διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθεί η σημασία των λειτουργιών και ισχυρών σημείων της διοίκησης των πωλήσεων. Θα γίνει, δηλαδή, μια εισαγωγή για την πώληση και τη διοίκηση των πωλήσεων, καθώς επίσης και μια ανάλυση του στρατηγικού σχεδιασμού και προϋπολογισμού.

Διδακτική Ενότητα 2: Ο Σχεδιασμός της Διαδικασίας Πώλησης

Η συγκεκριμένη διδακτική ενότητα σκοπεύει να εξετάσει τη σημασία της ανάπτυξης της διαδικασίας πώλησης. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται μια περιγραφή των βασικών τύπων-μεθόδων πώλησης, των δεξιοτήτων που χρησιμοποιούνται πριν από το στάδιο αλληλεπίδρασης της διαδικασίας πώλησης, καθώς και των δεξιοτήτων που χρησιμοποιούνται μετά το στάδιο αλληλεπίδρασης της διαδικασίας πώλησης. Επίσης, στην ενότητα αυτή επεξηγείται η διαχείριση της σχέσης με τους πελάτες και οι παράγοντες που επιδρούν στη δημιουργία μιας σχέσης που βασίζεται στην αφοσίωση. Τέλος, γίνεται μια περιγραφή των μεθόδων που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία νέων «λογαριασμών», καθώς και των ηθικών βάσεων για την επιχείρηση.

Διδακτική Ενότητα 3: Στόχοι και Δομή των Πωλήσεων

Η παρούσα διδακτική ενότητα επικεντρώνεται στη σημασία των στόχων και της δομής των πωλήσεων. Γίνεται, δηλαδή, μια εκτίμηση της ενδεχόμενης αγοράς, μια περιγραφή των αρχών που διέπουν όλες τις επιχειρήσεις, μια επεξήγηση της σημασίας του προγράμματος διαχείρισης στρατηγικών λογαριασμών, καθώς και του χρόνου που πρέπει απαιτούν οι «περιοχές πωλήσεων».

Επίσης, δίνεται μια λίστα των πλεονεκτημάτων των «περιοχών πωλήσεων», καθώς και ο σχεδιασμός και προγραμματισμός των «περιοχών πωλήσεων».

Διδακτική Ενότητα 4: Η Διαμόρφωση ενός Προγράμματος Πωλήσεων

Η έμφαση στη συγκεκριμένη διδακτική ενότητα δίνεται στη σημασία της δημιουργίας ενός προγράμματος πωλήσεων, δηλαδή στην πρόσληψη και την επιλογή προσωπικού και την εκπαίδευσή του στις τεχνικές πωλήσεων. Όσον αφορά την επιλογή του προσωπικού, θα προσδιοριστούν σχετικά με την πρόσληψη κριτήρια, καθώς και οι διαφορετικές πηγές που θα βοηθήσουν στις προσλήψεις. Όσον αφορά την εκπαίδευση, θα προσδιοριστούν οι συγκεκριμένες ανάγκες στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, και παράλληλα θα γίνει η περιγραφή των διαφόρων μορφών εκπαίδευσης. Επίσης, σε αυτή την ενότητα αναφέρεται η σημασία της παρακίνησης

ΜΑΘΗΜΑ - ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Διδακτική Ενότητα 1: Οι Αλλαγές που Συντελούνται στην Επιχείρηση την Νέα Εποχή

Διδακτική Ενότητα 2: Στρατηγικές Πρόσθετης Αξίας στη Νέα Οικονομία

Διδακτική Ενότητα 3: Marketing Σχέσεων Δημιουργεί Αξία

Διδακτική Ενότητα 4: Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ - Το Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα - Το Σχέδιο Μάρκετινγκ

Διδακτική Ενότητα 5: Ανάλυση Ανταγωνιστών - Ανάλυση Πελατών

Διδακτική Ενότητα 6: Στρατηγική Τμηματοποίησης - Στόχευσης - Τοποθέτησης

Διδακτική Ενότητα 7: Στρατηγικές Διοίκησης Προϊόντος - Ανάλυση

Χαρτοφυλακίου Προϊόντων

Διδακτική Ενότητα 8: Ανάλυση Πωλήσεων, Εξωτερικού Περιβάλλοντος και Ευκαιριών

Διδακτική Ενότητα 9: Στρατηγικός Σχεδιασμός Πωλήσεων μέσω Διαπραγμάτευσης

Διδακτική Ενότητα 10: Οργάνωση του Τμήματος Πωλήσεων

Διδακτική Ενότητα 1: Ο ρόλος της Δημιουργικότητας στην Επιχειρηματική Διαδικασία

Σκοπός της παρούσας διδακτικής ενότητας είναι να εμβαθύνετε στην κατανόηση των θεμάτων που αφορούν τον ανθρώπινο παράγοντα ως διαχειριστή της καινοτομίας και της χρήσης της τεχνολογίας στην παραγωγική διαδικασία.

Διδακτική Ενότητα 2: Έρευνα και Επιχειρηματικός Σχεδιασμός

Στα πλαίσια της εν λόγω διδακτικής ενότητας θα επικεντρωθούμε στη σύνδεση μεταξύ της ερευνητικής διαδικασίας και του επιχειρηματικού σχεδιασμού. Πιο συγκεκριμένα, θα αναλύσουμε τα δύο κύρια στάδια της ερευνητικής διαδικασίας και θα εξηγήσουμε τις διαφορές μεταξύ ποιοτικών και ποσοτικών ερευνητικών διαδικασιών. Τέλος, θα δούμε πώς συλλέγονται οι πληροφορίες, πώς ερμηνεύονται και με ποιον τρόπο χρησιμοποιούνται στη δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδιασμού.

Διδακτική Ενότητα 3: Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας θα επικεντρωθούμε στη σύνδεση μεταξύ καινοτομίας και επιχειρηματικότητας. Επίσης, θα αναλύσουμε τη σημασία της δημιουργίας καινοτομιών σε επιχειρηματικό επίπεδο, προκειμένου να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ξεχωρίσουν σε επιχειρηματικό επίπεδο. Θα δούμε πως δημιουργούνται οι καινοτομίες, καθώς και τη σημασία των κυριότερων ειδών συνεργειών σε επιχειρηματικό επίπεδο για την δημιουργία καινοτόμων διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών.

Διδακτική Ενότητα 4: Τεχνολογική Ανάπτυξη και Παραγωγή

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας θα ασχοληθούμε με την ανάπτυξη της τεχνολογίας εντός της επιχείρησης και τη σημασία αυτής στην ανάπτυξη της παραγωγικής διαδικασίας. Πιο συγκεκριμένα, θα αναλύσουμε το τεχνολογικό περιβάλλον και τη σύνδεση του τόσο με το σύνολο, όσο και τα σημαντικότερα επιμέρους τμήματα της παραγωγικής διαδικασίας.

Διδακτική Ενότητα 5: Οι Ιδιαιτερότητες του Παγκόσμιου Περιβάλλοντος

Η διδακτική ενότητα αποσκοπεί στο να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι κάποιες βασικές συνθήκες που επικρατούν στη διεθνή οικονομική σκηνή. Αρχικά εξετάζουμε το πώς το διεθνές παγκόσμιο οικονομικό και νομισματικό σύστημα πήρε την σημερινή του μορφή μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Στη συνέχεια, αναλύουμε τους μακρο-οικονομικούς παράγοντες τους οποίους θα πρέπει

να εξετάσει μια επιχείρηση που επιθυμεί να επεκταθεί στον τομέα των εξαγωγών. Η ενότητα κλείνει με τις πηγές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που θα πρέπει να εξετάσει ο επιχειρηματίας.

Διδακτική Ενότητα 6: Επιλογή Στρατηγικής Εισόδου σε μια Νέα Αγορά

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα θα εξετάσουμε τον τρόπο επιλογής της αγοράς δραστηριοποίησης και τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να εισέλθουμε σε αυτήν. Αρχικά, λοιπόν, θα εξετάσουμε τα βήματα επιλογής αγοράς και τα σημεία τα οποία θα πρέπει να προσέξουμε, και στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε συγκεκριμένες εναλλακτικές μεθόδους. Θα εξετάσουμε τους εναλλακτικούς τρόπους με τους οποίους μπορούμε να εισέλθουμε σε μια αγορά του εξωτερικού, και για κάθε τρόπο θα δώσουμε μια περιγραφή και θα παρέχουμε μια λίστα με κριτήρια επιλογής.

Διδακτική Ενότητα 7: Το Διεθνές Μείγμα Μάρκετινγκ: Προϊόν και Τιμή

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εξοικειώσει τον εκπαιδευόμενο με τις αποφάσεις γύρω από το προϊόν και την τιμή που απαιτούνται να ληφθούν σε διεθνές επίπεδο. Έτσι, αρχικά εξετάζουμε το πώς αντιμετωπίζεται το προϊόν σε διεθνείς αγορές και τί εναλλακτικές επιλογές στρατηγικής διαθέτουμε. Εξετάζουμε ακόμα τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, και στη συνέχεια αναφερόμαστε στις αποφάσεις αναφορικά με την τιμολόγηση. Αναλύουμε, τέλος, τις διαθέσιμες στρατηγικές και εξετάζουμε τους προσδιοριστικούς παράγοντες προσδιορισμού της τελικής τιμής.

Διδακτική Ενότητα 8: Το Διεθνές Μείγμα Μάρκετινγκ: Προβολή και Διανομή

Η διδακτική ενότητα αποσκοπεί στο να παρέχει γνώση χρήσιμη αναφορικά με τη διεθνή προβολή και την επιλογή των δικτύων διανομής. Έτσι, αρχικά εξετάζουμε τα εναλλακτικά μέσα επικοινωνίας της διεθνούς διαφήμισης και αναλύουμε τα χαρακτηριστικά τους, και στη συνέχεια διακρίνουμε την διαφημιστική εκστρατεία σε διαφοροποιημένα και μη-διαφοροποιημένα και αναφέρουμε τα βήματα σχεδιασμού μιας τέτοιας εκστρατείας. Επίσης, εξετάζουμε τα στάδια επιλογής ενός διεθνούς καναλιού διανομής, το πώς μετράμε την αποτελεσματικότητά τους, και αναφέρουμε πηγές σύγκρουσης μεταξύ εξαγωγέα και μεσάζοντα.

Εκμάθηση Λογισμικού - Soft1 CRM

(Εκμάθηση Διαχείρισης Λογισμικού στη Βασική Έκδοσή του)

Η εφαρμογή καλύπτει με εύχρηστο και αποτελεσματικό τρόπο τη Διαχείριση Πωλήσεων και Ενεργειών Marketing. Μπορεί να λειτουργήσει ανεξάρτητα ή σε συνδυασμό με τις άλλες ενότητες των εφαρμογών Soft1 με τις οποίες συνδέεται, προκειμένου να αξιοποιηθούν τα ήδη καταχωρημένα στοιχεία της επιχείρησης και καλύπτει περιοχές όπως διαχείριση επαφών - λογαριασμών, διαχείριση ενεργειών πωλήσεων, διαχείριση προσφορών και παραγγελιών.

Μάθημα - Εισαγωγή - Βασικές οδηγίες χειρισμού

Διδακτική ενότητα 1: Τρόπος λειτουργίας και βασικά εργαλεία χειρισμού

Διδακτική ενότητα 2: Εξειδικευμένα εργαλεία χειρισμού

Μάθημα - Εκμάθηση Λογισμικού Soft1 CRM

Διδακτική Ενότητα 1: Εργασίες - Ενέργειες CRM

Διδακτική Ενότητα 2: Καμπάνιες - ευκαιρίες πώλησης

Διδακτική Ενότητα 3: Παραμετροποίηση

Μάθημα - Πρακτική Εφαρμογή του Λογισμικού Soft1 CRM

Διδακτική Ενότητα 1: Μελέτη Περίπτωσης 1

Διδακτική Ενότητα 2: Μελέτη Περίπτωσης 2

Διδακτική Ενότητα 3: Μελέτη Περίπτωσης 3