

---

Ανάπτυξη  
Επιχειρηματικών  
Δράσεων μέσω  
Internet και Social  
Media

---

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning) του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, στο πλαίσιο της κοινωνικής ευθύνης και της συνεισφοράς στο κοινωνικό σύνολο, διαθέτει αυτή την περίοδο δωρεάν 50 θέσεις e-learning προγραμμάτων επιμόρφωσης σε ανέργους. Τα προτεινόμενα προγράμματα, διάρκειας 3 έως 5 μηνών, έχουν στόχο να καλύψουν τις ανάγκες για επιμόρφωση σε συγκεκριμένους τομείς και να εφοδιάσουν τους εκπαιδευόμενους με τις απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες για συγκεκριμένες θέσεις εργασίας. Η επιτυχής ολοκλήρωση των προγραμμάτων οδηγεί σε Πιστοποιητικό Επιμόρφωσης ή Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: «**Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Δράσεων μέσω Internet και Social Media**», τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος. Για το συγκεκριμένο πρόγραμμα θα δοθούν δωρεάν 10 θέσεις και η επιλογή θα γίνει με κλήρωση.

## 2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Σκοπός του συγκεκριμένου προγράμματος είναι να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στον **κόσμο του ηλεκτρονικού επιχειρείν με έμφαση στα Social Media** και να παρέχει έναν πλήρη βήμα προς βήμα οδηγό για τον επιχειρηματία και το στέλεχος. Μέσω ενός δομημένου τρόπου παρουσίασης των τελευταίων εξελίξεων στον χώρο της επιχειρηματικότητας μέσω Internet αλλά και των προτάσεων της διεθνούς βιβλιογραφίας και των ειδικών στον χώρο του E-Επιχειρείν και E-Marketing, παρέχεται ένας χρήσιμος οδηγός προκειμένου ο εκπαιδευόμενος να μπορέσει να αξιοποιήσει τις τεράστιες ευκαιρίες που προσφέρει ο νέος ψηφιακός κόσμος και συγκεκριμένα τα Social Media, εξασφαλίζοντας επιβίωση και ανάπτυξη της επιχείρησής του. Περιεχόμενο μαθήματος: Προκειμένου ο εκπαιδευόμενος να μπορέσει να κατανοήσει στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τα προτεινόμενα εργαλεία και στρατηγικές, και να μπορέσει να μετατρέψει την γνώση σε πράξη, κρίνεται απαραίτητο να παρατεθούν κάποιες βασικές αρχές μάρκετινγκ. Έτσι λοιπόν, αναλύεται το 'τι είναι μάρκετινγκ' και το ποια είναι τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιεί. Επιπλέον, ο εκπαιδευόμενος μαθαίνει πώς να αναλύει το επιχειρηματικό περιβάλλον που δραστηριοποιείται ή σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί και

δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα σημεία που θα πρέπει να προσέξουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες πρέπει να επιβιώσουν σε ένα ιδιαίτερος ανταγωνιστικό περιβάλλον. Ακόμα, αναλύεται ο τρόπος συμπεριφοράς των καταναλωτών προκειμένου να μπορέσει ο επιχειρηματίας να κατανοήσει τον τρόπο με τον οποίο ενεργούν και επομένως το πώς θα πρέπει να τους προσεγγίσει. Στην συνέχεια ο εκπαιδευόμενος εισάγεται στο ηλεκτρονικό επιχειρείν και λαμβάνει βήμα προς βήμα εκπαίδευση με χρήση πολλαπλών εικόνων. Σκοπός είναι να γίνει πλήρως κατανοητό το πώς μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα ολοκληρωμένο πλάνο Social Media με ορισμένο χρονοδιάγραμμα. Εξετάζεται η φύση του, τα είδη, τα οφέλη, καθώς και το ποια είναι τα εναλλακτικά μοντέλα του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Επιπλέον, παρέχεται μια **σύντομη ορολογία των συχνά χρησιμοποιούμενων όρων του Internet**. Στην συνέχεια, παρέχεται η γνώση για την ανάλυση του ανταγωνισμού στο ηλεκτρονικό περιβάλλον, εξετάζονται εναλλακτικοί τρόποι επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, διαφορές μεταξύ λιανικού και διεπιχειρησιακού εμπορίου και τονίζεται η σημασία της εξατομίκευσης. Ακόμα, παρέχονται στοιχεία ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, εξετάζονται βασικοί παράγοντες επιτυχίας και οφέλη, καθώς επίσης **παρουσιάζονται οι τρόποι μέτρησης της αποτελεσματικότητας των ηλεκτρονικών επιχειρηματικών δράσεων**. Από την στιγμή που ο εκπαιδευόμενος θα έχει αποκτήσει εξοικείωση με τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ και του ηλεκτρονικού επιχειρείν, δίδεται έμφαση στην συνέχεια στον κόσμο των Social Media συγκεκριμένα. Εξηγείται το τι είναι, από ποιές αρχές διέπονται, ποιοί τα χρησιμοποιούν και γιατί είναι σημαντικά για τον επιχειρηματία. Παρατίθενται επίσης στατιστικά στοιχεία από την ελληνική πραγματικότητα προκειμένου να γίνει αντιληπτό αν και κατά πόσον η ελληνική αγορά προσφέρεται για τέτοιου είδους επιχειρηματικές ενέργειες. Στην συνέχεια, ο εκπαιδευόμενος αποκτά οικειότητα με το **τί είναι δυνατόν να επιτύχει κάποιος με την χρήση των Social Media** και το πού χρησιμοποιούνται συνήθως **με ιδιαίτερη έμφαση στο Viral Marketing και την δημιουργία Κοινοτήτων**.

Στο επόμενο μέρος, γίνεται αναλυτική παρουσίαση των σημαντικότερων τρόπων επιχειρηματικής δράσης μέσω Social Media με τη χρήση των εξής:

- **Blogging, Google Adwords (πλήρης βήμα προς βήμα οδηγός),**
- **Microblogging και Twitter (πλήρης βήμα προς βήμα οδηγός),**
- **Social Networking με έμφαση στο Facebook (πλήρης βήμα προς βήμα οδηγός),**
- **Media Sharing με έμφαση στο Youtube, Ιστοσελίδες Social News and Bookmarking,**
- **Ιστοσελίδες Ratings and Reviews,**
- **Forums,**
- **E-mail και sms marketing**

- Εξετάζονται οι νέες τάσεις στον χώρο των Social Media που είναι το Affiliation Marketing και το Mobile Marketing.

Για κάθε είδος προτείνονται **τρόποι με τους οποίους μπορούν να χρησιμοποιηθούν**, καθώς και τα σημαντικότερα **σημεία στα οποία ο επιχειρηματίας θα πρέπει να δώσει έμφαση** για την μέγιστη δυνατή επιτυχία. Στο τέλος του μαθήματος παρέχεται **πλήρης οδηγός δημιουργίας πλάνου Social Media**. Στην συνέχεια του προγράμματος, εξετάζονται πρακτικά θέματα κατά την έναρξη μιας ηλεκτρονικής δράσης και **προτείνονται τρόποι για την διαμόρφωση της κατάλληλης στρατηγικής, τακτικές και πρακτικές**. Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με την **παράθεση των προβλημάτων ασφαλείας** που συνήθως αντιμετωπίζονται, εναλλακτικούς τρόπους ηλεκτρονικών πληρωμών και θέματα ηθικής. Στο τέλος 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 δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με συναφή στο αντικείμενο εργασιακή εμπειρία

**Απαιτείται γνώση της αγγλικής γλώσσας.** Το υλικό της εκμάθησης λογισμικού παρέχεται στην αγγλική γλώσσα.

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://support.elearningekpa.gr/50-dorean-theseis/apply.php>

### 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
- ▶ Βασική Γνώση της Αγγλικής γλώσσας

## 5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

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

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

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

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

## 6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η

βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του **Πιστοποιητικού 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 **7 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

## ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

### ΜΑΘΗΜΑ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

#### **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: 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 δυναμικών και υπαρχόντων πελατών του. Ταξινομούνται τα προϊόντα στις ηλεκτρονικές αγορές γεγονός που καθορίζει και την επιλογή των στρατηγικών δράσης. Εισαγόμεστε 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.

## ΜΑΘΗΜΑ - 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 Κλειδίων, 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.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Επιχείρηση και Επιχειρηματικό Περιβάλλον**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Σύσταση και Λειτουργία Επιχειρήσεων**

Η παρούσα ενότητα εστιάζει στη σύσταση και λειτουργία των επιχειρήσεων. Αναλύονται τα πρώτα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει μία νέα επιχείρηση, ο τρόπος που πρέπει να οργανωθεί, η επιλογή του κατάλληλου τόπου και χρόνου αλλά και της νομικής μορφής. Γι' αυτό, παρουσιάζονται λεπτομερώς οι διάφορες νομικές μορφές επιχειρήσεων: ατομική επιχείρηση, ομόρρυθμη εταιρία, ετερόρρυθμη εταιρία, εταιρία περιορισμένης ευθύνης, Ανώνυμη Εταιρία και Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρία, καθώς και οι διαδικασίες σύστασης κάθε μίας εξ αυτών. Ακολουθεί σύγκριση μεταξύ των διαφόρων νομικών μορφών επιχειρήσεων.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Φορείς και Προγράμματα Δράσης Επιχειρηματικότητας**

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα αναλύσουμε υφιστάμενα προγράμματα για την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, καθώς και τους φορείς και τους τρόπους που τα στηρίζουν. Θα διερευνήσουμε τον τρόπο με τον οποίο αυτά έχουν διαμορφωθεί, ειδικά τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας της οικονομικής δυσπραγίας, στην οποία βρίσκεται η

χώρα μας. Θα μελετήσουμε κατά πόσο είναι κοινωνικά ωφέλιμο η πολιτεία να επιδιώκει την απορρόφηση και την αξιοποίηση των κονδυλίων για την επιχειρηματικότητα, καθώς και το ρόλο που διαδραματίζει η ιδιωτική πρωτοβουλία στην προώθηση των επιχειρηματικών δράσεων. Τέλος, θα εξετάσουμε τη συνεισφορά των ανωτέρω προγραμμάτων και δράσεων στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής συνείδησης στην Ελλάδα.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Επιχειρηματικό Περιβάλλον, Θεσμικό Πλαίσιο και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν**

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα αναλύσουμε το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα. Έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να εξετάσουμε πώς έχει διαμορφωθεί ειδικότερα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, η οποία ξεκίνησε το 2008 και συνεχίζεται μέχρι και σήμερα. Θα διερευνήσουμε το πώς έχουν αντιδράσει οι Έλληνες στον τομέα της επιχειρηματικότητας και σε ποιο βαθμό είναι δυνατή η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Επιπροσθέτως, θα αναλύσουμε την έννοια του ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-business). Πρόκειται για την τελευταία, ραγδαίως αναπτυσσόμενη δραστηριότητα στον τομέα της επιχειρηματικότητας, η οποία κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος στο χώρο των επιχειρήσεων. Θα εξετάσουμε κατά πόσον το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο της χώρας μπορεί να υποστηρίξει το ηλεκτρονικό επιχειρείν, τα πλεονεκτήματα που αυτό προσφέρει στους επιχειρηματίες, τα μειονεκτήματά του και τους κινδύνους που αντιμετωπίζει. Τέλος, θα κάνουμε μια σύγκριση στις επιχειρηματικές συνθήκες ανάμεσα σε Ελλάδα, Ευρώπη και ΗΠΑ.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Επιχειρηματική Βιωσιμότητα**

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα αναλυθούν το επιχειρηματικό σχέδιο και τα στοιχεία που περιλαμβάνει. Στη συνέχεια θα εξεταστούν η επιλογή των στόχων της επιχείρησης και η απεικόνισή τους στο επιχειρηματικό σχέδιο. Αμέσως μετά θα παρουσιαστούν οι μορφές και η διάρθρωση του επιχειρηματικού σχεδίου, και θα αναλυθούν τα επιμέρους τμήματά του. Τέλος, θα δοθεί η σύνδεση της επιχειρηματικής βιωσιμότητας με το επιχειρηματικό σχέδιο.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Επιχειρηματικές Δυσκολίες και Επιχειρηματική Αποτυχία**

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα επικεντρωθούμε αρχικά στη βιβλιογραφική αναφορά σχετικά με τη διάκριση των μορφών της επιχειρηματικής αποτυχίας, καθώς και στην επεξήγηση της έννοιας της πτώχευσης μιας εταιρίας. Επιπλέον, θα αναλύσουμε την αντιμετώπιση αποτυχημένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιόδους οικονομικής ύφεσης. Τέλος, θα παραθέσουμε υποδείγματα αντιμετώπισης πτωχευμένων εταιριών και

μελέτες περίπτωσης συγκεκριμένων επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε πτώχευση και δεν μπόρεσαν να επανέλθουν, αλλά και επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε επιχειρηματική αποτυχία, αλλά κατάφεραν να επανακάμψουν και να επιστρέψουν στο δρόμο των επιχειρηματικών επιτυχιών. Επίσης, θα αναλυθούν οι λόγοι τόσο στις περιπτώσεις της αποτυχίας όσο και σε αυτές της επανένταξης στο επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα**

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα θα αναπτυχθεί η έννοια, η σημασία και ο ρόλος της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας, μέσα στο πλαίσιο της ανταγωνιστικής λειτουργίας των επιχειρήσεων. Θα παρουσιαστούν βασικά χαρακτηριστικά της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας και θα αναλυθεί ο ρόλος της ηγεσίας και του ηγέτη. Ακολούθως, θα εξεταστεί η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Πολύ σημαντική στην ανάλυση είναι η στρατηγική της μακροχρόνιας ανάπτυξης της επιχείρησης που ακολουθεί, ενώ το κεφάλαιο κλείνει με την παρουσίαση επιχειρήσεων, από τον ελληνικό και διεθνή επιχειρηματικό κόσμο, που έχουν καταφέρει να επιτύχουν στον τομέα δραστηριοποίησής τους.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Διοίκηση και Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων της Επιχείρησης**

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα, θα αναλυθεί η έννοια και το περιεχόμενο της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων, η σημασία της στη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς και η αξιοποίησή της προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Οι έννοιες της δια βίου μάθησης και της εργασιακής επιμόρφωσης αποτελούν ιδιαίτερο τμήμα του παρόντος κεφαλαίου, ενώ παρατίθενται συγκριτικά στοιχεία που αφορούν τόσο την ελληνική πραγματικότητα όσο και το εξωτερικό. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην αποτελεσματική επικοινωνία μέσα στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, αλλά και στους τρόπους με τους οποίους προχωρούν στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις. Τέλος, παρουσιάζονται επιχειρήσεις που έχουν λάβει βραβεία ως προς την εταιρική κοινωνική τους ευθύνη, καθώς και ως προς το εργασιακό τους περιβάλλον.

### **Διδακτική Ενότητα 5: Προώθηση Πωλήσεων και Τιμολόγηση**

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να παρουσιάσει ορισμένες βασικές πτυχές της επιστήμης του marketing (mkg). Γι' αυτόν το λόγο, αρχικά αναλύεται η χρησιμότητά της και η έννοια του σχεδίου marketing, ενώ στη συνέχεια παρουσιάζεται αναλυτικά η έννοια του μείγματος marketing. Τέλος αναλύεται η σπουδαιότητα της σύνταξης του σχεδίου μάρκετινγκ, αναλύονται τα περιεχόμενά του και γίνεται αναφορά στην εκπόνηση του.

## ΜΑΘΗΜΑ - ΈΝΑΡΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

### **Διδακτική Ενότητα 1. Έναρξη Δραστηριοτήτων Ηλεκτρονικού Επιχειρείν**

Η ενότητα αυτή στοχεύει στην εξοικείωση του εκπαιδευόμενου με την διαδικασία εκκίνησης μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης ή μιας ηλεκτρονικής δράσης. Για το λόγο αυτό γίνεται ανάλυση του τι περιλαμβάνει ένα επιχειρηματικό σχέδιο και παρατίθενται μυστικά επιτυχίας. Επίσης, δίνεται έμφαση στην διαδικασία ανάπτυξης μιας ιστοθέσης που αποτελεί το βασικότερο εργαλείο μιας τέτοιας δράσης και ταξινομούνται οι ιστοθέσεις ανάλογα με το είδος τους. Τέλος, δίνεται έμφαση στους παράγοντες επιτυχίας μιας ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δράσης μιας ΜΜΕ.

### **Διδακτική Ενότητα 2. Στρατηγικές, Τακτικές και Πρακτικές**

Η ενότητα αυτή παραθέτει στους εκπαιδευόμενους εναλλακτικές στρατηγικές ηλεκτρονικού επιχειρείν. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να λάβει κάποιες αποφάσεις που αφορούν στο πώς θα τοποθετήσει την επιχείρησή του στην αγορά. Η στρατηγική που θα ακολουθήσει εξαρτάται τόσο από τη φύση του αντικειμένου όσο και από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησης. Η μελέτη του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος είναι αναγκαία προκειμένου να ληφθεί η σωστή απόφαση. Σκοπός, λοιπόν, της ενότητας είναι να μπορέσει ο κάθε εκπαιδευόμενος να αναγνωρίσει τη σωστότερη στρατηγική.

### **Διδακτική Ενότητα 3. Θέματα Ασφαλείας Ηλεκτρονικών Συναλλαγών και Θέματα Ηθικής**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εξοικειώσει τους εκπαιδευόμενους με θέματα ηλεκτρονικών απειλών για την επιχείρησή τους, τους συνηθισμένους τρόπους απάτης στο ίντερνετ, όπως επίσης και με τα διαθέσιμα εναλλακτικά συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών. Επίσης, εξηγείται η διαδικασία διασύνδεσης μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης με ένα σύστημα πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας. Στη συνέχεια εξετάζονται ηθικά και νομικά θέματα του ίντερνετ, όπως και θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

### **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.

## ΜΑΘΗΜΑ - Εκμάθηση Λογισμικού Entersoft CRM

Το λογισμικό CRM της Entersoft προσφέρει στον εκπαιδευόμενο γνώση και εξοικείωση με το κύκλωμα διαχείρισης του πλήρους κύκλου των πωλήσεων όπως αυτός εκτελείται από τα τμήματα πωλήσεων (από την απόκτηση ενός lead, την αναγνώριση ευκαιρίας πώλησης, τις απαιτούμενες επικοινωνίες και δραστηριότητες, τη διαχείριση των πληροφοριών για υποψήφιους πελάτες, τη διαμόρφωση προσφορών), καθώς και τα εργαλεία πλήρους διαχείρισης και αξιολόγησης του pipeline των πωλήσεων.

### 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**

### 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**