
Μίγμα Marketing και Brand

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα: «**Μίγμα Marketing και Brand**».

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

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι ΑΕΙ και ΑΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης

Το πρόγραμμα παρέχεται δωρεάν μόνο σε όσους πραγματοποιήσουν εγγραφή σε κάποιο από τα προγράμματα του τρέχοντος κύκλου σπουδών. Μετά την εγγραφή τους, οι εκπαιδευόμενοι θα ενημερωθούν από τη Γραμματεία προκειμένου να επιλέξουν ένα από τα πέντε προγράμματα που παρέχονται δωρεάν.

3. ΤΟ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

Η επιτυχής ολοκλήρωση του προγράμματος, οδηγεί στη χορήγηση Βεβαίωσης Συμμετοχής στο πρόγραμμα «**Μίγμα Marketing και Brand**».

Δείγμα της Βεβαίωσης παρουσιάζεται στην παράγραφο 12. Η Βεβαίωση έχει αποκλειστικά την υπογραφή του Ακαδημαϊκού Υπευθύνου του Προγράμματος. Σφραγίδα του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης φέρουν μόνο τα πιστοποιητικά επιμόρφωσης/εξειδικευμένης επιμόρφωσης και όχι οι βεβαιώσεις συμμετοχής.

Παρακάτω, παρουσιάζεται αναλυτικά ο τρόπος παρακολούθησης και αξιολόγησης των εκπαιδευομένων.

4. ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΦΟΙΤΗΣΗΣ

Η χρονική διάρκεια του Προγράμματος είναι **δύο (2) μήνες**.

5. ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ

Το περιεχόμενο του κάθε θεματικής ενότητας που βρίσκεται στο Διαδίκτυο αφορά στα κύρια σημεία της θεωρίας και είναι εμπλουτισμένο κυρίως με τα εξής:

- ✓ παραδείγματα
- ✓ λυμένες ασκήσεις
- ✓ ασκήσεις αυτοαξιολόγησης
- ✓ πρόσθετη βιβλιογραφία

Μέσω του συγκεκριμένου τρόπου παρουσίασης των διδακτικών ενοτήτων επιτυγχάνεται η εμπέδωση της θεωρίας με έναν πιο εποικοδομητικό τρόπο απ' ότι σε ένα "παραδοσιακού" τύπου έντυπο.

Παράλληλα, η δομή του μαθήματος είναι διαμορφωμένη, έτσι ώστε το εκπαιδευτικό υλικό να:

- καθοδηγεί το σπουδαστή στη μελέτη του,
- προάγει την αλληλεπίδραση του σπουδαστή με το μαθησιακό υλικό,
- επεξηγεί δύσκολα σημεία και έννοιες,
- αξιολογεί και ενημερώνει το σπουδαστή για την πρόοδο του,
- εξειδικεύει τις θεωρητικές γνώσεις με τη χρήση πρακτικών εφαρμογών.

6. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα διεξάγεται αποκλειστικά 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.

- Σε σχετικό link είναι αναρτημένες οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, τα αντίστοιχα τεστ αυτοαξιολόγησης. Τα τεστ περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής ή αληθούς/ψευδούς

Τέλος, το εκπαιδευτικό υλικό παρέχεται και σε ηλεκτρονική μορφή (e-book), προκειμένου να διευκολυνθούν οι εκπαιδευόμενοι σε περιπτώσεις που προτιμούν την έντυπη έκδοσή του.

7. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ (HELP DESK)

Μέσω του ενσωματωμένου στην εκπαιδευτική πλατφόρμα συστήματος επικοινωνίας, ο εκπαιδευόμενος έχει επίσης τη δυνατότητα να απευθυνθεί στην Διοικητική ή Τεχνική Υποστήριξη του προγράμματος, ανάλογα με τη φύση του ζητήματος που τον απασχολεί.

8. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος καλείται να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, μέχρι τη λήξη του προγράμματος.

Η χορήγηση της **Βεβαίωσης Συμμετοχής** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος συμμετάσχει σε όλα τα τεστ αυτοαξιολόγησης και πάρει προβιβάσιμο βαθμό σε κάθε μάθημα.

9. 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. Συγγράφουν τα βασικά κείμενα και αναλαμβάνουν την επιστημονική ευθύνη για την μετατροπή του εκπαιδευτικού υλικού σε e-learning μορφή.

10. Ο ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ

Η ακαδημαϊκή υπεύθυνη του προγράμματος είναι η Λέκτορας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, **Φραγκουδάκη Αλεξάνδρα**, η οποία έχει την ευθύνη για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της ακαδημαϊκής διαδικασίας για το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

11. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΎΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Μίγμα Marketing

Διδακτική Ενότητα 1: Κύκλος Ζωής του Προϊόντος και Καινοτομία

Στην εν λόγω διδακτική ενότητα θα αναλυθεί η συσχέτιση των βασικών εννοιών –προϊόν, υπηρεσία, ιδέα– στα πλαίσια του marketing, ενώ θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση των σταδίων του κύκλου ζωής του προϊόντος, εξηγώντας πότε θα πρέπει ένα προϊόν να εισέρχεται και να αποσύρεται στην αγορά και αναλύοντας τη σημασία και το ρόλο της καινοτομίας τόσο στην εξέλιξη των προϊόντων, όσο και στην απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

Διδακτική Ενότητα 2: Προώθηση

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα ασχοληθούμε με την προώθηση του προϊόντος που αποτελεί ένα από τα 4P του μίγματος marketing. Πρώτα από όλα θα δούμε με ποιον τρόπο επιτυγχάνεται ο προσδιορισμός του κοινού - στόχου (target group) και εν συνεχεία θα ασχοληθούμε με τον τρόπο κατάρτισης του προϋπολογισμού προώθησης και την ανάλυση του σχεδίου προώθησης των προϊόντων. Τέλος, θα δούμε το ρόλο που παίζουν τα σύγχρονα και παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης στην επίτευξη του σχεδίου προώθησης και αύξησης των πωλήσεων.

Διδακτική Ενότητα 3: Κανάλια Διανομής

Στα πλαίσια της εν λόγω διδακτικής ενότητας θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση των καναλιών διανομής και του συνόλου της διαδικασίας που απαιτείται, προκειμένου ένα προϊόν να φτάσει στον τελικό αποδέκτη. Πιο συγκεκριμένα, θα δούμε ποιες στρατηγικές ακολουθούνται για τη δημιουργία των κατάλληλων καναλιών διανομής, το σύνολο της αλυσίδας διανομής του προϊόντος, καθώς και τις λειτουργίες και τα χαρακτηριστικά του κάθε

καναλιού. Τέλος, θα ασχοληθούμε με τα ζητήματα της αδειοδότησης (licensing) και δικαιοχρησίας (franchising).

Διδακτική Ενότητα 4: Τιμολόγηση

Στην εν λόγω διδακτική ενότητα, θα εξετάσουμε μια ακόμα σημαντική μεταβλητή του μίγματος marketing που είναι η τιμολόγηση των προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα, θα δούμε με ποιον τρόπο μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός θα τιμολογήσει ένα προϊόν και τις στρατηγικές που ακολουθεί λαμβάνοντας -μεταξύ άλλων- παράγοντες όπως το κόστος και η ελαστικότητα του προϊόντος που δείχνει και τη μορφή αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται ο εκάστοτε οργανισμός.

Θεμελιώδεις αρχές Branding

Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Branding

Σκοπός της Διδακτικής Ενότητας είναι να παρουσιάσουμε τις βασικές αρχές της διαχείρισης επωνυμίας.

Διδακτική Ενότητα 2: Θέματα Στρατηγικής Branding

Σε αυτή την Διδακτική Ενότητα αναφερόμαστε σε θέματα στρατηγικής διαχείρισης της επωνυμίας.

12. ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΒΕΒΑΙΩΣΗΣ

Πρόγραμμα Συμπληρωματικής
εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης



ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Ο/Η

Παρακολούθησε το Εκπαιδευτικό Αντικείμενο με τίτλο:

.....

από20.... έως 20....

που οργανώθηκε στο πλαίσιο του Προγράμματος

Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning) του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ. του Ε.Κ.Π.Α.

Ο Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος

.....
.....
.....