

Online Branding και Επικοινωνία για εργαζομένους

Δομή Εκπαιδευτικού Προγράμματος ανά θεματική ενότητα

ΕΝΟΤΗΤΑ 1Η

Τίτλος: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος τις έννοιες και τις λειτουργίες του σύγχρονου του marketing και ταυτόχρονα τη σημασία της έρευνας αγοράς, την ανάγκη τμηματοποίησής της και την οριοθέτηση της αγοράς-στόχου. Επιπλέον, θα γνωρίζει τους άξονες πάνω στους οποίους στηρίζεται το επιτυχημένο marketing και τις δραματικές αλλαγές που έχουν συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες στο σύγχρονο marketing με την ανάπτυξη της νέας τεχνολογίας.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 1.1. Η έννοια και οι Λειτουργίες του Marketing – Προσανατολισμός στον Πελάτη
- 1.2 Η Αποστολή του Marketing και το Marketing Concept
- 1.3 Marketing και Πωλήσεις – «Σχέση Στοργής»
- 1.4 Η Αγορά και το Περιβάλλον της - Ανάλυση PEST & SWOT
- 1.5 Τμηματοποίηση Αγοράς και Στόχευση
- 1.6 Καταναλωτικό VS Βιομηχανικό Marketing
- 1.7 Συμπεριφορά Καταναλωτή – One to One Marketing
- 1.8 Marketing Υπηρεσιών
- 1.9 Η Έννοια & τα Στάδια της Έρευνας Marketing
- 1.10 Παρουσίαση και Ανάλυση του Marketing Mix
- 1.11 Στρατηγικές Τιμολόγησης Προϊόντων και Υπηρεσιών
- 1.12 Κύκλος Ζωής Προϊόντων – Ανάπτυξη Νέων Προϊόντων
- 1.13 Από την Παραδοσιακή στη Σύγχρονη Μορφή του Marketing
- 1.14 Διαχείριση Κειμένων και Διαφημιστικών Εντύπων
- 1.15 Παρακολούθηση Ενεργειών Εξωστρέφειας της Επιχείρησης
- 1.16 Υποστήριξη του Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 12

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ

ΕΝΟΤΗΤΑ 2Η

Τίτλος: ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος τις αρχές και τις λειτουργίες του διαδικτυακού marketing. Ταυτόχρονα, θα αντιλαμβάνεται τη σημασία του μίγματος marketing και την έννοια του διαδικτυακού branding. Επιπλέον, θα γνωρίζει τη χρήση όλων των μέσων υλοποίησης του ψηφιακού marketing, όπως επίσης και την ηλεκτρονική διαχείριση των πελατειακών σχέσεων.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 2.1 Βασικές Αρχές και Ορολογία Marketing μέσω Διαδικτύου – Λειτουργίες του Διαδικτυακού Marketing
- 2.2 Διαδικτυακό Μίγμα Marketing & Διαδικτυακό Branding
- 2.3 Μορφές και Μέσα (προώθησης) του E-Marketing
- 2.4 Σχέση Domain Name και Brand Name
- 2.5 Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή στον Ψηφιακό Κόσμο
- 2.6 Προγραμματισμός και Ανάπτυξη Στρατηγικής Marketing μέσω Μηχανών Αναζήτησης
- 2.7 Έννοια και Στρατηγικές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (E-Commerce)
- 2.8 Marketing μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (E-Mall Marketing), κινητών τηλεφώνων (mobile marketing), on line βίντεο, περιεχομένου (content marketing)
- 2.9 Συμμετοχή σε News Groups / Chat Rooms
- 2.10 Storytelling Marketing με τη Χρήση Πολλαπλών Μέσων
- 2.11 Προσωποποίηση και Βελτιστοποίηση Ιστοτόπων
- 2.12 Ηλεκτρονική Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (e-CRM)
- 2.13 Blogging for Business / WordPress
- 2.14 RSS and Podcasting - Videocasting, Screencasting and Live Streaming
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 12

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ

ΕΝΟΤΗΤΑ 3Η

Τίτλος: BRANDING ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος την σημασία, τα χαρακτηριστικά και τους τρόπους λειτουργίας του brand στην αγορά. Όπως επίσης, να έχει πλήρη γνώση των πλεονεκτημάτων ή μειονεκτημάτων ενός brand, την δημιουργία του, καθώς και την σημασία του χρώματος και του λογότυπου που θα επιλεγθούν. Επίσης, να κατανοήσει την λειτουργία του Marketing Mix στα επώνυμα προϊόντα, καθώς και τους λόγους που μια επιχείρηση επιλέγει να είναι πίσω από ένα σύνολο άλλων επωνύμων brands.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 3.1 Εισαγωγή στο Επώνυμο Προϊόν
- 3.2 Διαδικτυακό Branding - Διαδικτυακή Ταυτότητα – Ο ρόλος του Brand
- 3.3 Product / Brand Development / Η Σημαντικότητα του Branding
- 3.4 Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing – Δημιουργία και διατήρηση Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος
- 3.5 Επώνυμο Προϊόν: Σημασία & Χαρακτηριστικά (Επωνυμία, Χρώμα, Logo, Σχήμα, Μήνυμα) – Σημερινές συνθήκες αγοράς – Ανάλυση Ανταγωνισμού
- 3.6 Στρατηγική Ονομασίας Προϊόντος
- 3.7 Το Marketing Mix για το Επώνυμο Προϊόν
- 3.8 Παράγοντες Επιτυχίας στην Διοίκηση Προϊόντος
- 3.9 Brand Awareness (Αναγνωρισιμότητα)
- 3.10 Κεφαλαιακή Αποτίμηση του Brand
- 3.11 Αξία της Μάρκας στο Διαδίκτυο (Online Branding Equity)
- 3.12 New Product Development - Τα 6 Βήματα για Προώθηση Επιτυχημένων Προϊόντων και Brands
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 12

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ

ΕΝΟΤΗΤΑ 4Η

Τίτλος: Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (DIGITAL ADVERTISING)

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος τους τρόπους με τους οποίους μία ιστοσελίδα γίνεται δυναμική και αποτελεσματική. Θα γνωρίσει τις έννοιες του AdWords, τη σημασία της χρήσης των Web Analytics και Google analytics, της βελτιστοποίησης ιστοσελίδων και των εφαρμογών του SEM. Επίσης θα κατανοεί την έννοια και τις μεθόδους της διαφήμισης μέσω των μορφών του ηλεκτρονικού marketing.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 4.1 Τρόποι να Κάνουμε το WEBSITE μας Δυναμικό και Παράλληλα Αποδοτικό
- 4.2 Google AdWords – Google Analytics
- 4.3 Search Engine Optimization (SEO)
- 4.4 Pay-Per-Click – Search Advertising – Display Advertising
- 4.5 Διαφήμιση μέσω E-mail Marketing - Viral Marketing - Online PR
- 4.6 Διαφήμιση μέσω Content, Mobile Marketing και Affiliate Marketing
- 4.7 Ανάρτηση Ψηφιακής Διαφήμισης
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 20

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ

ΕΝΟΤΗΤΑ 5Η

Τίτλος: ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ (SOCIALMEDIAMARKETING)

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος τη λειτουργία και τις δυνατότητες επικοινωνίας που δίνουν σήμερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με βάση τις παραπάνω έννοιες, θα αντιλαμβάνεται τις μεθόδους εντοπισμού και προσέλκυσης του target group και της ανάλυσης των αποτελεσμάτων μιας καμπάνιας στα κοινωνικά δίκτυα. Τέλος, θα γνωρίζει με ποιο τρόπο θα χρησιμοποιήσει τα social media για την αντιμετώπιση μιας κρίσης στην επιχείρηση.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 5.1 Εισαγωγικές έννοιες και λειτουργίες: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Google Plus, Pinterest, Instagram, Flickr
- 5.2 Καθορισμός/Εντοπισμός της ομάδας στόχου-πελατών
- 5.3 Προσέλκυση ομάδας στόχου-πελατών Ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ στα Κοινωνικά Δίκτυα
- 5.4 Ανάλυση των ρυθμίσεων και των επιλογών Facebook page & Groups – Μεθοδολογία αύξησης του engagement & των fans
- 5.5 Δημιουργία Εταιρικής σελίδας – Δημιουργία Διαφημίσεων στα Κοινωνικά Δίκτυα και στο Διαδίκτυο
- 5.6 Στρατηγικός Σχεδιασμός Καμπάνιας – Ανάλυση στόχευσης πλατφόρμας
- 5.7 Ανάλυση Μοντέλων Χρέωσης Διαφημιστικής Πλατφόρμας
- 5.8 Engagement VS Traffic advertising options
- 5.9 Προώθηση ιστοσελίδων-Pages, Posts, Videos, Apps
- 5.10 Remarketing Options & Στρατηγική
- 5.11 Custom Audiences και Look Alike Audiences
- 5.12 Μεθοδολογία Δοκιμών και Στόχευσης Καμπάνιας
- 5.13 Επεξήγηση Στατιστικής & Ανάλυση Αποτελέσματος Καμπάνιας στα Κοινωνικά Δίκτυα – Ανάλυση των στατιστικών Facebook page
- 5.14 Διαχείριση Κρίσεων μέσω Social media
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 8

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ

ΕΝΟΤΗΤΑ 6Η

Τίτλος: ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σκοπός- Στόχοι:

Σκοπός της ενότητας είναι να κατανοήσει ο ωφελούμενος το περιβάλλον που διέπει το διεθνές εμπόριο και τις συνθήκες που καθορίζουν την στρατηγική και τη μεθοδολογία του διεθνούς marketing. Επιπλέον, θα κατανοεί τη διαδικασία της έρευνας της διεθνούς αγοράς, τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε διεθνές επίπεδο, την έννοια του international branding και τις διαδικασίες εισόδου στις ξένες αγορές.

Υποενότητες:

- Σκοπός
- Προσδοκώμενα αποτελέσματα
- Έννοιες- κλειδιά
- 6.1 Εισαγωγή στο Διεθνές Εμπόριο
- 6.2 Διάγνωση Επιπέδου Εξαγωγικής Ετοιμότητας της Επιχείρησης: Γιατί να εξάγω; Τι να εξάγω; Πού να εξάγω;
- 6.3 Κριτήρια Επιλογής Αγορών
- 6.4 Η Ανάλυση των «5 Δυνάμεων» του M.Porter
- 6.5 Εξαγωγικό Marketing–Στρατηγικές εξαγωγικού μάρκετινγκ – Ο ρόλος του Ίντερνετ στο εξαγωγικό μάρκετινγκ
- 6.6 Μεθοδολογία Έρευνας Marketing στις Διεθνείς Αγορές
- 6.7 Προσαρμογή του Προϊόντος στις Απαιτήσεις της Αγοράς Στόχου
- 6.8 Συμπεριφορά Καταναλωτών σε Διεθνές Επίπεδο
- 6.9 Επωνυμία και Εμπορικό Όνομα (Brand name) στο Διεθνές Εμπόριο
- 6.10 International Branding vs Local Branding
- 6.11 Η Συσχευασία του Εξαγωγίμου Προϊόντος
- 6.12 Τιμολόγηση για Εξαγωγές
- 6.13 Επικοινωνία & Διεθνής Διαφήμιση – Ηλεκτρονική διαφήμιση στις διεθνείς αγορές
- 6.14 Μίγμα Διεθνούς Επικοινωνίας – Συμμετοχή στις Εκθέσεις του Εξωτερικού
- 6.15 Τρόποι Εισόδου στις Διεθνείς Αγορές – Δίκτυα Διανομής – Incoterms – Διεθνείς εμπορικοί όροι
- 6.16 Πλάνο Εξαγωγικής Ανάπτυξης
- Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Βιβλιογραφία
- Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας
- Άσκηση - Εργασία

Ώρες: 16

Τρόπος αξιολόγησης των αποκτηθεισών γνώσεων και δεξιοτήτων:

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας σε μορφή πολλαπλών επιλογών και ασκήσεις

Η διδασκαλία της θεματικής ενότητας απαιτεί αίθουσα πληροφορικής;: ΟΧΙ
