



international e-learning academy



ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ -
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑΣ.

Planning and managing Advertising programs

Στόχος του Προγράμματος

Το πρόγραμμα για τον Σχεδιασμό και Διοίκηση Διαφημιστικών Προγραμμάτων είναι μια πλήρης, αυτόνομη και ολοκληρωμένη εκπαιδευτική ενότητα με στόχο την παροχή γνώσης σε ένα ιδιαίτερα κρίσιμο, καθημερινό, πρακτικό και νευραλγικό τομέα της Επικοινωνίας της Διαφήμισης : το σχεδιασμό, την διοίκηση, την οργάνωση και την υλοποίηση Προγραμμάτων Διαφήμισης.

Το πρόγραμμα έρχεται να καλύψει ένα κενό της εκπαίδευσης στα θέματα της Δημιουργίας και της Διοίκησης των Προγραμμάτων Διαφήμισης συγκεντρώνοντας εξειδικευμένες γνώσεις από τον τομέα της επικοινωνίας. Γνώσεις άμεσα εφαρμόσιμες, τόσο επιστημονικές όσο και επαγγελματικές, αλλά και ιδιαίτερα χρήσιμες για όλους εκείνους που ασχολούνται ή και επιθυμούν να ασχοληθούν τον σχεδιασμό και την διοίκηση προγραμμάτων διαφήμισης αλλά και να εργαστούν στον διαφημιστικό χώρο.

Η καινοτομία του δεν έγκειται μόνο στον συνδυασμό επιστημονικών και πρακτικών γνώσεων από πολλούς τομείς, αλλά και στο ότι έχει σχεδιασθεί για να ταιριάζει όχι μόνο σε κάθε επαγγελματία Επικοινωνίας - Διαφήμισης, αλλά και σε κάθε ένα που ενδιαφέρεται να δραστηριοποιηθεί επαγγελματικά στον χώρο της Διαφημιστικής αγοράς.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε κάθε επαγγελματία Επικοινωνίας - Διαφήμισης αλλά και σε φοιτητές από κάθε τομέα όσο και σε εργαζόμενους και στελέχη επιχειρήσεων (δημόσιων και ιδιωτικών) που ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν με την Διαφήμιση, με ένα και μοναδικό σκοπό : την παροχή εκείνων των πρακτικών γνώσεων με επιστημονική βάση για να μπορέσει ο καθένας με απλές και πρακτικές συμβουλές, εκπαίδευση και επιστημονικά εργαλεία να πετύχει τον σχεδιασμό, την οργάνωση, την υλοποίηση και αξιολόγηση προγραμμάτων Διαφήμισης.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τις πρακτικές , άμεσα εφαρμόσιμες ενότητες, οι οποίες απαντούν σε κάθε θέμα που σχετίζεται με την διαφήμιση.

Έτσι το πρόγραμμα απαντά στα παρακάτω θέματα :

- Τι είναι επικοινωνία και πως επικοινωνούν οι άνθρωποι μεταξύ τους ?
- Ποιες είναι οι λειτουργίες της επικοινωνίας και ποια κοινά σημεία αλλά και διαφορές έχουν?
- Ποιοι μπορούν να διαφημιστούν?
- Πως λειτουργεί μια διαφημιστική εταιρία και γιατί διαφοροποιείται από τις άλλες?
- Μπορώ να σχεδιάσω ένα πρόγραμμα Διαφήμισης τόσο επιστημονικά όσο και επαγγελματικά? Αν ναι, πως?
- Ο καθορισμός της επιτυχίας ή μη του προγράμματος Διαφήμισης
- Πως σχετίζονται μεταξύ τους ο Διαφημιστής, ο Διαφημιζόμενος και το διαφημιστικό μέσο?
- Ποια είναι τα βήματα για μια επιτυχημένη διαφήμιση?
- Πως μπορεί κανείς να εργαστεί στην διαφημιστική αγορά?
- Τι είναι το επικοινωνιακό υλικό και πως μπορεί να χρησιμοποιηθεί για προγράμματα Διαφήμισης?
- Πως μπορεί να χρησιμοποιηθεί το internet για την διαφημιστική επικοινωνία?
- Πως μπορώ να παρουσιάσω τις ιδέες, τις προτάσεις και τα αποτελέσματα ενός προγράμματος διαφήμισης?

Με την ολοκλήρωσή του, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα θα έχει δώσει σε όλους τους εκπαιδευόμενους την απαραίτητη κυρίως πρακτική και άμεσα εφαρμόσιμη γνώση για τα προγράμματα διαφήμισης.



Μάθημα 1: Ανθρώπινη Συμπεριφορά

Διδακτική ενότητα 1 : Επικοινωνία

Στην παρούσα ενότητα, γίνεται προσπάθεια επικέντρωσης της κατανόησης αλλά και της λειτουργίας της επικοινωνιακής διαδικασίας. Παρουσιάζονται μοντέλα επικοινωνίας, τα οποία οδηγούν σε αποτελεσματική επικοινωνία

Διδακτική ενότητα 2 : Ανθρώπινη συμπεριφορά

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μας παρουσιάσει τον τρόπο σκέψης για την ανθρώπινη συμπεριφορά και τα κίνητρό της, απαραίτητη προϋπόθεση για την αποτελεσματική επικοινωνία. Κατανοώντας την ανθρώπινη συμπεριφορά μπορούμε να κατανοήσουμε τα κίνητρα, τις επιθυμίες αλλά και τις ανθρώπινες πράξεις και στην συνέχεια στην αποτελεσματική επικοινωνία

Διδακτική ενότητα 3: Κοινή γνώμη

Στην παρούσα ενότητα, γίνεται η πρώτη εκτενής αναφορά στην έννοια της κοινής γνώμης. Παρουσιάζεται και αναλύεται ο ορισμός της κοινής γνώμης, ο τρόπος που γεννιέται, η κοινή γνώμη και τα ΜΜΕ.

Μάθημα 2 : Επικοινωνία και Λειτουργίες της

Διδακτική ενότητα 1 : Δημόσιες Σχέσεις

Στην παρούσα ενότητα, αναφορά στις Δημόσιες Σχέσεις. Διατυπώνεται ο ορισμός και ο αντικειμενικός σκοπός των Δημοσίων Σχέσεων. Επιπλέον, αναπτύσσονται οι σχέσεις των Δημοσίων Σχέσεων με άλλες λειτουργίες επικοινωνίας.

Διδακτική ενότητα 2 : Διαφήμιση

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η στην έννοια της Διαφήμισης ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών. Επιπλέον, περιγράφεται η διαδικασία της διαφήμισης σαν λειτουργία επικοινωνίας ενώ παρατίθεται και το μοντέλο AIDA.

Διδακτική ενότητα 3 : Marketing – Direct Marketing

Στην παρούσα ενότητα γίνεται ανάλυση και παρουσίαση της λειτουργίας του Marketing και του Direct Marketing. Παρουσιάζεται όλη η διαδικασία του Direct Marketing τόσο σαν γέννηση και υλοποίηση, όσο και σαν επιχειρηματικό εργαλείο επικοινωνίας και πώλησης.

Διδακτική ενότητα 4 : Προώθηση πωλήσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η εισαγωγή στην έννοια της Προώθησης Πωλήσεων ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού της ενέργειας. Παράλληλα περιγράφονται οι χρήσεις και οι περιορισμοί στην προώθηση των πωλήσεων.

Διδακτική ενότητα 5 : Προπαγάνδα

Στην παρούσα ενότητα γίνεται ανάλυση και παρουσίαση της λειτουργίας της Προπαγάνδας σαν επικοινωνιακή λειτουργία. Παρουσιάζεται η διαδικασία της προπαγάνδας, οι σκοποί, η χρήση και τα μέσα της.

Διδακτική ενότητα 6 : Διαφήμιση και άλλες λειτουργίες Επικοινωνίας

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή/ την σπουδάστρια στην αντίληψη των κοινών σημείων και των της Διαφήμισης με τις Δημόσιες Σχέσεις, το Marketing-Direct Marketing, την Προώθηση των



Πωλήσεων, την Προπαγάνδα σαν λειτουργίες επικοινωνίας.

Μάθημα 3: ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΟΙ – ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ

Διδακτική Ενότητα 1 : Ποιοι μπορούν να διαφημιστούν

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τα υποκείμενα της διαφήμισης. Δηλαδή εταιρίες, οργανισμοί και πρόσωπα τα οποία μπορούν να διαφημιστούν. Γιατί όμως? Δεν μπορούν όλες οι φυσικές και μη οντότητες να διαφημιστούν?

Διδακτική Ενότητα 2 : Η διαφημιστική εταιρία

Η ενότητα παρουσιάζει την δομή της διαφημιστικής εταιρίας και τις διαφοροποιήσεις της από τις άλλες εταιρίες της αγοράς στο σύνολό τους. Η διαφημιστική εταιρία έχει κοινά σημεία αλλά και σημαντικές διαφορές με τις άλλες εταιρίες. Ποια είναι η μορφή της και η σχέση των τμημάτων της μεταξύ τους?

Μάθημα 4: Σχεδιασμός Διαφημιστικού Προγράμματος

Διδακτική Ενότητα 1 : Σχεδιασμός προγράμματος Διαφήμισης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει το σκεπτικό που χρησιμοποιείται για να μπορέσει να σχεδιαστεί ένα πρόγραμμα Διαφήμισης με επιστημονικό και επαγγελματικό τρόπο.

Διδακτική Ενότητα 2 : Ανάλυση Κατάστασης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την ανάλυση κατάστασης πριν από ένα πρόγραμμα Διαφήμισης. Παρουσιάζονται οι αναλύσεις SWOT & STEEPLE

Διδακτική Ενότητα 3 : Στόχοι και σκοποί

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τους Στόχους και στους Σκοπούς οι οποίοι θα πρέπει να είναι σαφείς και προκαθορισμένοι προς επίτευξη, σε ένα πρόγραμμα Διαφήμισης.

Διδακτική Ενότητα 4 : Κοινά – στόχοι

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια του «κοινού-στόχου» σε ένα πρόγραμμα Διαφήμισης. Κυρίως να συγκεκριμενοποιήσει τις ομάδες κοινού στις οποίες αναφέρεται ή σχετίζεται το πρόγραμμα.

Διδακτική Ενότητα 5 : Τα Μέσα Επικοινωνίας

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια των μέσων που χρησιμοποιούνται για τον σχεδιασμό ενός προγράμματος Διαφήμισης.

Διδακτική Ενότητα 6: Χρονοδιάγραμμα και προϋπολογισμός

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια και την αποτελεσματική χρήση του χρόνου και του χρήματος για τον σχεδιασμό ενός προγράμματος Διαφήμισης.

Διδακτική Ενότητα 7 : Αξιολόγηση

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την σπουδαιότητα της αξιολόγησης και τους τρόπους εφαρμογής της σε ένα πρόγραμμα Διαφήμισης. Παράλληλα δίνονται και πρακτικοί τρόποι σχεδιασμού συστημάτων αξιολόγησης.



Μάθημα 5: Έρευνα Διαφημιστικής Καμπάνιας

Διδακτική Ενότητα 1 : Έρευνα Μάρκετινγκ

Σκοπός της διδακτικής ενότητας, είναι να εξετάσει την σπουδαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ, σαν εργαλείο επιστημονικής αξιολόγησης ενός προγράμματος Διαφήμισης

Διδακτική Ενότητα 2 : Έρευνα Μάρκετινγκ – Διαφήμισης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την χρήση της έρευνας μάρκετινγκ για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της διαφημιστικής καμπάνιας για ένα προϊόν ή μη υπηρεσία.

Μάθημα 6 : Διοίκηση Διαφήμισης

Διδακτική Ενότητα 1 : Το τρίγωνο : διαφημιστής – διαφημιζόμενος – μέσο

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την σχέση ανάμεσα στην διαφημιζόμενη εταιρία, τον διαφημιστική και το διαφημιστικό μέσο. Πως συνεργάζονται, ποια είναι τα όρια τους και πως λειτουργεί όλο το σύνολο αποτελεσματικά.

Διδακτική Ενότητα 2 : Τα βήματα μιας επιτυχημένης διαφήμισης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει πως κρίνεται μια διαφήμιση σαν επιτυχημένη ή όχι. Από την δημιουργικότητα, από την αποτελεσματικότητα ή και από τα δύο? Ή ίσως από ακόμα και περισσότερους παράγοντες?

Διδακτική Ενότητα 3 : Εργαζόμενοι στην διαφημιστική αγορά

Η διδακτική ενότητα παρουσιάζει τις ποικίλες θέσεις εργασίας που υπάρχουν στην διαφημιστική αγορά καθώς και τις προϋποθέσεις που πρέπει να έχει ο κάθε υποψήφιος για να διεκδικήσει μια από αυτές.

Μάθημα 7 : Δημιουργία Επικοινωνιακού Υλικού

Διδακτική Ενότητα 1 : Δημιουργία, Οργάνωση και Διοίκηση Επικοινωνιακού Υλικού

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την έννοια, τα είδη, την παραγωγή αλλά και την χρήση του επικοινωνιακού υλικού για την κάλυψη των αναγκών των προγραμμάτων Διαφήμισης

Διδακτική Ενότητα 2 : Επικοινωνία μέσω Διαδικτύου

Σκοπός της ενότητας είναι να παρουσιάσει την επικοινωνία της διαφήμισης και όχι μόνο μέσα από το πλέον σύγχρονο επικοινωνιακό μέσο, το internet. Τι είναι και πως χρησιμοποιείται?

Μάθημα 8: Ικανότητες Παρουσιάσεων

Διδακτική Ενότητα 1 : Ικανότητες Παρουσιάσεων I

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την έννοια και τις μορφές της παρουσίασης σε μικρό ή και μεγάλο κοινό, τους στόχους και τους σκοπούς της. Παράλληλα γίνεται παρουσίαση της προετοιμασίας για την παρουσίαση ανάλογα με το κοινό καθώς και το μήνυμα προς επικοινωνία.



Διδακτική Ενότητα 2 : Ικανότητες Παρουσιάσεων II

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει στους εκπαιδευόμενους την σημαντικότητα του μηνύματος μιας παρουσίασης, της καταγραφής της νευρικότητας και των τρόπων αποφυγής της, ενώ παρέχονται πρακτικές συμβουλές για την αξιολόγηση των παρουσιάσεων από τους ίδιους τους παρουσιαστές.

