



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικό και Καποδιστριακό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

E- Learning

E- Learning

E- Learning



Σχεδιασμός, Οργάνωση,
Υλοποίηση και Διοίκηση
Προγραμμάτων και Ενεργειών
Δημοσίων Σχέσεων
για τον Δημόσιο Τομέα
(Υπουργεία, Νομαρχίες, Δήμοι
και Κοινότητες, ΔΕΚΟ, Ινστιτούτα κ.α.)

1. Εισαγωγή

Το Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών σας καλωσορίζει στα Προγράμματα εξ Αποστάσεως Επιμόρφωσης για Δημοσίους Υπαλλήλους και συγκεκριμένα στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα **“Σχεδιασμός, Οργάνωση, Υλοποίηση και Διοίκηση Προγραμμάτων και Ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων για τον Δημόσιο Τομέα (Υπουργεία, Νομαρχίες, Δήμοι και Κοινότητες, ΔΕΚΟ, Ινστιτούτα κ.α.)”**.

Το ΕΚΠΑ σχεδίασε επιμορφωτικά προγράμματα τα οποία εντάσσονται στο πλαίσιο της εφαρμογής μιας ευρύτερης πολιτικής για την αναδιάρθρωση και τον εκσυγχρονισμό της Δημόσιας Διοίκησης. Με βασικό στόχο την εντατικοποίηση της προσπάθειας για να αλλάξει ο τρόπος λειτουργίας, οι νοοτροπίες και οι λειτουργίες του Δημόσιου Τομέα στη χώρα μας, προέκυψε η ανάγκη επιμόρφωσης του στελεχικού δυναμικού των δημοσίων υπηρεσιών σχετικά με τις σύγχρονες τάσεις και τις καινοτομικές πρακτικές στη Διοίκηση του Ανθρώπινου Δυναμικού και των Δημοσίων Σχέσεων.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το εκπαιδευτικό αντικείμενο **“Σχεδιασμός, Οργάνωση, Υλοποίηση και Διοίκηση Προγραμμάτων και Ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων για τον Δημόσιο Τομέα (Υπουργεία, Νομαρχίες, Δήμοι και Κοινότητες, ΔΕΚΟ, Ινστιτούτα κ.α.)”**, την διαδικασία πιστοποίησης, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

2. Σκοπός του Προγράμματος

Το πρόγραμμα **“Σχεδιασμός, Οργάνωση, Υλοποίηση και Διοίκηση Προγραμμάτων και Ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων για τον Δημόσιο Τομέα (Υπουργεία, Νομαρχίες, Δήμοι και Κοινότητες, ΔΕΚΟ, Ινστιτούτα κ.α.)”** είναι ένα πλήρες και ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο την παροχή γνώσης για τον σχεδιασμό και την εφαρμογή προγραμμάτων και ενεργειών δημοσίων σχέσεων – σημείο ιδιαίτερα σημαντικό βάσει των εξαγγελιών των κυβερνήσεων των τελευταίων 15 ετών αλλά και όλου του πολιτικού κόσμου καθώς και των αναγκών των πολιτών - σε ένα ιδιαίτερα κρίσιμο, στρατηγικό και νευραλγικό τομέα, το δημόσιο. Το πρόγραμμα ξεκινά με την βάση της θεωρίας στους τομείς της συμπεριφοράς και της ανθρώπινης επικοινωνίας, ενώ αναπτύσσεται όλο το θεωρητικό κομμάτι των λειτουργιών επικοινωνίας, όπως η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, η προώθηση πωλήσεων, το direct marketing και η προπαγάνδα. Στην συνέχεια γίνεται η σύγκριση των κοινών και των διαφορετικών σημείων μεταξύ τους.

Αναπτύσσεται το θέμα των δημοσίων σχέσεων σε σύγκριση με το μάνατζμεντ, το μάρκετινγκ αλλά και την διοικητική τους μορφή εντός ή εκτός επιχείρησης.

Έχοντας ολοκληρώσει το θεωρητικό και το διοικητικό μέρος των δημοσίων σχέσεων, αρχίζει η πρακτική εκπαίδευση στην εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων με τον

σχεδιασμό των επτά βημάτων ενός πλήρους προγράμματος δημοσίων σχέσεων το οποίο αποτελεί τον επαγγελματικό θεμέλιο λίθο για όσους ασχολούνται ή θα ασχοληθούν επαγγελματικά με τις δημόσιες σχέσεις.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα βασικά είδη έρευνας ενώ έμφαση δίνεται στην εφαρμογή της έρευνας για τις ανάγκες των δημοσίων σχέσεων.

Από αυτό το σημείο και μετά παρουσιάζονται όλα τα είδη των ενεργειών δημοσίων σχέσεων -μέρη του προγράμματος δημοσίων σχέσεων – σε πρακτική άμεσα εφαρμόσιμη μορφή.

Πιο συγκεκριμένα παρουσιάζονται τα παρακάτω κεφάλαια:

- ανάπτυξη σχέσεων με την κοινότητα,
- οργάνωση εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων,
- συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις,
- σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων ανάπτυξης επαφών με τα ΜΜΕ,
- δημιουργία, οργάνωση και διοίκηση επικοινωνιακού υλικού,
- δημόσιες σχέσεις μέσω διαδικτύου,
- επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων,
- media training,
- χορηγίες,
- διεθνείς δημόσιες σχέσεις,
- ικανότητες παρουσίασης,
- ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία,
- δημόσιες σχέσεις για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς,
- ενώ η ενότητα ολοκληρώνεται με τις μελλοντικές τάσεις για τις δημόσιες σχέσεις.

Με την ολοκλήρωσή του, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα θα έχει δώσει σε όλους τους εκπαιδευόμενους την απαραίτητη όχι μόνο θεωρητική αλλά και πρακτική γνώση για άμεση εφαρμογή της στην εργασία τους.

3. Τρόπος Εκπαίδευσης

Τα προγράμματα διατίθενται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικής εκπαιδευτικής πλατφόρμας, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία των εκπαιδευόμενων, ενώ η εκπαιδευτική διαδικασία βασίζεται στη συνεχή επικοινωνία και τη πλήρη υποστήριξη των εκπαιδευόμενων.

Πιο συγκεκριμένα, και αναφορικά με τη διαδικασία υλοποίησης της εξ αποστάσεως επιμόρφωσης, τα προγράμματα e-Learning υλοποιούνται με γνώμονα τις Αρχές Εκπαίδευσης Ενηλίκων και με τη χρήση απλού λογισμικού (εκπαιδευτική πλατφόρμα), προσαρμοσμένου στις αρχές της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης. Η εκπαιδευτική πλατφόρμα που χρησιμοποιείται για τη διεξαγωγή των προγραμμάτων αποτελεί στην ουσία έναν διαδικτυακό τόπο, μέσω του οποίου γίνεται η διαχείριση των ηλεκτρονικών τάξεων και παρέχεται η πρόσβαση των χρηστών σε αυτές.

Κάθε ηλεκτρονική τάξη αποτελεί προσομοίωση μιας φυσικής, παραδοσιακού τύπου, αίθουσας διδασκαλίας.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Το εκπαιδευτικό υλικό παρέχεται και σε ηλεκτρονική μορφή (e-book) προκειμένου να διευκολυνθούν οι εκπαιδευόμενοι σε περιπτώσεις που προτιμούν την έντυπη έκδοσή του.

Κάθε διδακτική ενότητα αντιστοιχεί σε 3,5 ή 5 ώρες δια ζώσης επιμόρφωσης. Στη χρονική διάρκεια περιλαμβάνεται ο χρόνος μελέτης της κάθε ενότητας, χρόνος συμπλήρωσης και υποβολής των τεστ, η θέαση βίντεο, και η αλληλεπίδραση με simulation όπου υπάρχει. Η αντιστοιχία της χρονικής διάρκειας σε δια ζώσης επιμόρφωση έχει δοθεί από τον συγγραφέα του εκπαιδευτικού υλικού. Συνολικά, το πρόγραμμα αποτελείται από 50 ενότητες, οι οποίες αντιστοιχούν σε 241 ώρες δια ζώσης επιμόρφωσης ή 34 ημέρες επιμόρφωσης (241 ώρες / 7 ώρες ανά ημέρα) σύμφωνα με το αρ. 3 της Υ.Α. ΙΕΚ/ΤΜ.Β/Φ.2/31/οικ.30214/ 2008. Διευκρινίζεται ότι, σύμφωνα με τη μεθοδολογία της εξ αποστάσεως επιμόρφωσης, διατίθενται στο κοινό μία ή δύο ενότητες ανά εβδομάδα. Σύμφωνα με αυτό, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα διαρκεί συνολικά 27 εβδομάδες.

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

- παραδείγματα
- λυμένες ασκήσεις
- ασκήσεις αυτοαξιολόγησης
- μελέτες περιπτώσεων πάνω σε πραγματικά δεδομένα
- πρόσθετη βιβλιογραφία
- simulation
- video

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά και βάσει του χρονοδιαγράμματος που έχει ανακοινωθεί από τον εκπαιδευτή του, το αντίστοιχο τεστ. Τα τεστ 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.

Επιπρόσθετα, ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω του ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τα μαθήματα και τις ασκήσεις αξιολόγησης αλλά και για την υποβολή αιτημάτων παράτασης στην περίπτωση που αυτό κρίνεται αναγκαίο. Το e-learning διαθέτει επίσης τμήμα Γραμματειακής και Τεχνικής Υποστήριξης, στο οποίο ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα να απευθύνεται μέσω του ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφωνικά, ανάλογα με τη φύση του ζητήματος που τον απασχολεί. Τέλος, παρέχεται η δυνατότητα πρόσβασης σε ειδικά διαμορφωμένη ηλεκτρονική βιβλιοθήκη μέσω της οποίας προμηθεύεται σε έντυπη μορφή (e-book) το εκπαιδευτικό υλικό των μαθημάτων, αλλά και πρόσθετο υλικό το οποίο μπορεί να

χρησιμοποιεί βοηθητικά στις εργασίες του. Παράλληλα, η παρακολούθηση του προγράμματος δύναται να περιλαμβάνει και διαδικτυακές διαλέξεις ασύγχρονης μορφής εφόσον αυτό κριθεί απαραίτητο.

Ως εκ τούτου, και μέσω του συγκεκριμένου μοντέλου εκπαίδευσης, οι δημόσιοι υπάλληλοι, οι οποίοι θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα, θα έχουν τη δυνατότητα να επιμορφωθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα, χωρίς να αποσπώνται από τις καθημερινές επαγγελματικές τους υποχρεώσεις και διατηρώντας την αυτονομία τους με τη δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο. Η μαθησιακή διαδικασία οργανώνεται, συντονίζεται και παρακολουθείται επί εικοσιτετράωρου βάσεως από εξειδικευμένο εκπαιδευτικό προσωπικό, παρέχοντας έτσι συνεχή και πλήρη εκπαιδευτική υποστήριξη στους εκπαιδευόμενους.

Μετά από την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, ο κάθε εκπαιδευόμενος θα λαμβάνει Βεβαίωση Πιστοποίησης η οποία θα παρέχεται από το ΕΚΠΑ.

4. Πιστοποίηση γνώσεων και δεξιοτήτων

Η διαδικασία που ακολουθείται για την πιστοποίηση των γνώσεων και δεξιοτήτων που έχει αποκομίσει και αποκτήσει ο εκπαιδευόμενος – δημόσιος υπάλληλος, είναι η ακόλουθη:

Ο εκπαιδευόμενος καλείται κάθε εβδομάδα να υποβάλει ηλεκτρονικά και βάσει του χρονοδιαγράμματος που έχει ανακοινωθεί από τον εκπαιδευτή του τεστ αξιολόγησης που αναφέρεται στην εξέταση συγκεκριμένων εννοιών.

Τα τεστ περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ ψευδούς δήλωσης, ή upload στις οποίες ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του.

Ο τρόπος βαθμολόγησης των εκπαιδευομένων στο πρόγραμμα έχει ως εξής:

Κάθε εβδομάδα, ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να αποστέλλει συγκεκριμένες ασκήσεις, για τις οποίες θα βαθμολογείται. Η κλίμακα βαθμολογίας είναι από 0 έως 100%.

Επιπλέον, για τη χορήγηση της Βεβαίωσης Πιστοποίησης θα σχεδιάζονται εξετάσεις (τεστ) αξιολόγησης – πιστοποίησης, όπου ο εκπαιδευόμενος θα καλείται να απαντήσει σε πενήντα ερωτήσεις κλειστού τύπου. Η χορήγηση του Πιστοποιητικού Πιστοποίησης πραγματοποιείται όταν ο εκπαιδευόμενος συγκεντρώσει συνολική βαθμολογία 50%. Η συνολική βαθμολογία του προγράμματος προκύπτει κατά το 60% από το τελικό τεστ αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από τη βαθμολογία που συμπληρώνει από τις ασκήσεις στις οποίες θα υποβάλλει κάθε εβδομάδα.

Ο χρόνος για την ολοκλήρωση και υποβολή των ασκήσεων και του τεστ αξιολόγησης εξαρτάται αποκλειστικά από τον εκπαιδευόμενο.

Η χορήγηση της Βεβαίωσης Πιστοποίησης πραγματοποιείται όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Η μη επιτυχής συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στο πρόγραμμα, δηλαδή η συγκέντρωση συνολικής βαθμολογίας μικρότερης του 50%, οδηγεί στην απόκτηση Βεβαίωσης Παρακολούθησης.

5. Συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού

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.

6. Χρονική διάρκεια και κόστος συμμετοχής

Η χρονική διάρκεια του Προγράμματος είναι **7 μήνες** και το κόστος ανέρχεται στα **350 ευρώ**.

7. Προαπαιτούμενα

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους δημόσιους υπαλλήλους είναι:

- Πρόσβαση στο Διαδίκτυο και κατοχή προσωπικού e-mail
- Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών.

8. Η ύλη του προγράμματος

Στην παράγραφο αυτή γίνεται μία εκτενής περιγραφή της ύλης του προγράμματος.

Συγκεκριμένα αναφέρονται όλα τα μαθήματα του προγράμματος και ο σκοπός της κάθε ενότητας.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Ενότητα 1: Η Διοίκηση ενός Οργανισμού - Εισαγωγικές Έννοιες

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να εισαγάγει τον εκπαιδευόμενο στην επιστήμη της διοίκησης των επιχειρήσεων και των οργανισμών. Ειδικότερα, στοχεύει στο να κάνει μία ιστορική αναδρομή παρουσιάζοντας το θεωρητικό πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιείται, η επιστήμη της διοίκησης. Επίσης, στοχεύει στην παρουσίαση των γενικών αρχών της αποτελεσματικής διοίκησης και των δεξιοτήτων του μάνατζερ.

Ενότητα 2: Ο Προγραμματισμός σε έναν Οργανισμό - Οι λειτουργίες της Οργάνωσης και της Διοίκησης

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να σας παρουσιάσει με ολοκληρωμένο τρόπο τη λειτουργία του προγραμματισμού και τη διαδικασία υλοποίησής του σε έναν οργανισμό. Παράλληλα, στόχος της ενότητας είναι επίσης να παρουσιάσει τη λειτουργία της οργάνωσης ενός οργανισμού και την αποτελεσματική τμηματοποίησή του.

Ενότητα 3: Επιχειρησιακή Δομή και Οργάνωση

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να παρουσιάσουμε με ολοκληρωμένο τρόπο την επιχειρησιακή δομή και την οργάνωση ενός οργανισμού. Ειδικότερα, στόχος είναι να αναλύσουμε την έννοια της οργάνωσης, να εξηγήσουμε τις οργανωτικές δομές και να αναπτύξουμε τα χαρακτηριστικά της εξειδίκευσης και της εκχώρησης των αρμοδιοτήτων.

Ενότητα 4: Η Δραστηριότητα του Ελέγχου

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να σας παρουσιάσει με ολοκληρωμένο τρόπο τη λειτουργία του ελέγχου. Ειδικότερα, στόχος της ενότητας είναι να αναλύσει τη διαδικασία και τους τύπους του ελέγχου, καθώς και τα κριτήρια διαμόρφωσης αποτελεσματικής πολιτικής ελέγχου.

Ενότητα 5: Η Έννοια του Κινήτρου

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι παρουσιαστούν οι έννοιες του κινήτρου και της υποκίνησης και να τονιστεί ο ρόλος και η σημασία τους για τους σύγχρονους οργανισμούς. Γίνεται μία παρουσίαση των πιο σημαντικών και γνωστών θεωριών υποκίνησης, χωρίς ωστόσο να γίνεται εξαντλητική αναφορά σε όλες τις σύγχρονες θεωρίες. Επίσης, παρουσιάζεται η έννοια της ανταμοιβής, οι παράγοντες που επηρεάζουν τις πολιτικές αμοιβών και το πλαίσιο εντός του οποίου θα πρέπει να δομείται ένα αποτελεσματικό και δίκαιο σύστημα αμοιβών.

Ενότητα 6: Η φύση των Groups και η Συμπεριφορά μέσα σε αυτά

Σκοπός της συγκεκριμένης διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιαστεί η έννοια των ομάδων (groups), να αναλυθεί η φύση τους και η συμπεριφορά των ατόμων εντός τους. Γίνεται μια παρουσίαση της τυπολογίας των ομάδων και των βασικών διαδικασιών τους, καθώς και των ρόλων των ατόμων εντός των ομάδων. Επίσης, παρουσιάζονται στοιχεία λειτουργίας των ομάδων και, συνοπτικά, η έννοια του οργανογράμματος. Τέλος, καταδεικνύεται η σημασία των ομάδων για τις σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμούς και εντοπίζονται πιθανά προβλήματα που προκύπτουν κατά την λειτουργία των ομάδων.

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ

Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Επικοινωνίας

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μας εισάγει στην έννοια της επικοινωνίας και στην άμεση εφαρμογή της, τόσο σε προσωπικό, όσο και σε ομαδικό αλλά και επιχειρηματικό επίπεδο. Δεδομένου ότι οι Δημόσιες Σχέσεις είναι λειτουργία επικοινωνίας θα πρέπει να κατανοήσουμε βαθιά τόσο την έννοια όσο και τις λειτουργίες της για να μπορέσουμε να σχεδιάσουμε και να υλοποιήσουμε προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων επιτυχή, λειτουργικά και αποτελεσματικά.

Ενότητα 2: Κοινή Γνώμη

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να μας εισάγει στην έννοια της Κοινής Γνώμης, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών. Επιπλέον, περιγράφονται οι λόγοι της σημαντικότητας της κοινής γνώμης στις Δημόσιες Σχέσεις, τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τις κυβερνήσεις, σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Ο βαθύτερος σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η πλήρης κατανόηση της έννοιας της κοινής γνώμης, τόσο σε ακαδημαϊκό όσο και σε πρακτικό επίπεδο.

Ενότητα 3: Δημόσιες Σχέσεις

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια των Δημοσίων Σχέσεων, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών διεθνών και επιστημονικών φορέων. Επιπλέον, περιγράφονται οι λόγοι που οδήγησαν στην σημαντική ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων στην σύγχρονη κοινωνία και αναλύεται ο αντικειμενικός σκοπός των Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα, αναφέρεται η διαδικασία μεταφοράς των Δημοσίων Σχέσεων, ο ρόλος τους, η αποστολή και οι γενικές αρχές τους. Ο βαθύτερος σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η πλήρης κατανόηση της έννοιας των Δημοσίων

Σχέσεων τόσο σε ακαδημαϊκό επίπεδο όσο και για την εφαρμογή τους σε πρακτικό επίπεδο.

Ενότητα 4: Αρχές Marketing

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθούν οι βασικές έννοιες του μάρκετινγκ. Ο αντικειμενικός σκοπός είναι να εφοδιάσει αυτούς, που ασκούν διοίκηση στις επιχειρήσεις και τα μελλοντικά στελέχη των επιχειρήσεων, δηλαδή τους σπουδαστές με ένα θεωρητικό πλαίσιο του Μάρκετινγκ. Η θεωρία αυτή του Μάρκετινγκ συνοδεύεται με χειροπιαστά παραδείγματα, πραγματικά ή υποθετικά. Με τον τρόπο αυτό πιστεύεται πως το θεωρητικό αυτό πλαίσιο γίνεται ευκολότερα κατανοητό από το μελετητή.

Ενότητα 5: Αρχές Διαφήμισης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Διαφήμισης, ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση μιας σειράς ορισμών. Επιπλέον, στην συγκεκριμένη ενότητα περιγράφεται η διαδικασία της διαφήμισης σαν λειτουργία επικοινωνίας, ενώ παρατίθεται και το μοντέλο AIDA. Στην συνέχεια παρουσιάζεται η δομή της Διαφημιστικής Εταιρίας, τα είδη των διαφημιστικών εταιριών και ο τρόπος γέννησης μια διαφήμισης. Ολοκληρώνοντας την ενότητα, παρατίθενται οι μορφές της διαφήμισης και τα διαφημιστικά μέσα, οι τρόποι επιλογής της διαφημιστικής εταιρίας από διαφημιζόμενο πελάτη, ενώ γίνεται σχολιασμός για τις αμοιβές των διαφημιστικών εταιριών.

Ενότητα 6: Direct Marketing

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια του Direct Marketing ξεκινώντας την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού του. Επιπλέον, περιγράφεται η διαδικασία ενός πετυχημένου προγράμματος Direct Marketing. Ολοκληρώνοντας την ενότητα παρουσιάζονται τα μέσα που χρησιμοποιούνται για το Direct Marketing, συμβουλές για πετυχημένο Direct Marketing, καθώς και το παρόν του.

Ενότητα 7: Προώθηση Πωλήσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Προώθησης Πωλήσεων ξεκινώντας με την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού του. Επιπλέον, περιγράφονται οι χρήσεις και οι περιορισμοί στην προώθηση των πωλήσεων. Ολοκληρώνοντας την ενότητα παρουσιάζονται οι βασικές μορφές προώθησης πωλήσεων και η ανάλυσή τους.

Ενότητα 8: Προπαγάνδα

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην έννοια της Προπαγάνδας, ξεκινώντας με την παράθεση και λεπτομερή ανάλυση του ορισμού της. Επιπλέον, περιγράφονται ο σκοπός και τα μέσα της προπαγάνδας, οι προϋποθέσεις υλοποίησής της και τεχνικά σημεία αντίληψης ανθρώπων που προπαγανδίζουν. Τέλος, γίνεται και μια μικρή αναφορά στη διαδικασία με την οποία «φτιάχνονται» τα επιχειρήματα αυτών που προπαγανδίζουν.

Ενότητα 9: Δημόσιες Σχέσεις & Άλλες Λειτουργίες Επικοινωνίας

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εισάγει τον σπουδαστή / την σπουδάστρια στην αντίληψη των κοινών σημείων και των διαφορών των Δημοσίων Σχέσεων με την διαφήμιση, το Direct Marketing, την Προώθηση Πωλήσεων και την Προπαγάνδα σαν λειτουργίες επικοινωνίας. Παράλληλα, γίνεται και τοποθέτηση της σχέσης ανάμεσα στο Μάρκετινγκ και τις Δημόσιες Σχέσεις που αποτελεί ένα σημαντικό σημείο τριβής στο σύνολο της επιστήμης του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας.

MANAGEMENT & ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Ενότητα 1: Εισαγωγή στη στρατηγική διοίκηση και στο στρατηγικό σχεδιασμό

Σκοπός της παρούσας ενότητας είναι να παρουσιάσει με ολοκληρωμένο τρόπο τη διαδικασία ανάλυσης και διαχείρισης του εσωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, προκειμένου να είναι σε θέση να διαμορφώσει τη βέλτιστη στρατηγική.

Ενότητα 2: Η Σχέση του Management και των Δημοσίων Σχέσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την σχέση των Δημοσίων Σχέσεων σαν λειτουργία επικοινωνίας με το Management της κάθε εταιρίας ή οργανισμού και να αναλύσει την σημαντικότητα της ύπαρξης των Δημοσίων Σχέσεων σε μια εταιρία. Έτσι, αναπτύσσονται αναλυτικά οι σχέσεις της Διοίκησης με τις Δημόσιες Σχέσεις, σε ποιο επίπεδο συνεργασίας βρίσκονται ή θα έπρεπε να βρίσκονται καθώς και ορίζεται που αναφέρονται οι Δημόσιες Σχέσεις.

Ενότητα 3: Οργάνωση Δημοσίων Σχέσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις αρμοδιότητες, τις υπευθυνότητες και τις καθημερινές εργασίες ενός τμήματος υπευθύνου και συμβούλου Δημοσίων Σχέσεων σε συνδυασμό με τις προσωπικές και επαγγελματικές ικανότητες που χρειάζονται αλλά και που με την πάροδο του χρόνου αναπτύσσονται. Επιπλέον, γίνεται μια εκτενής αναφορά στον ρόλο των εταιριών συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων, καθώς και των ενδοεπιχειρησιακών τμημάτων

Δημοσίων Σχέσεων. Τέλος, αναπτύσσονται τα χαρακτηριστικά ενός συμβούλου επικοινωνίας.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ενότητα 1: Σχεδιασμός Προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει αρχικά στην παρουσίαση, την ανάλυση και την χρησιμότητα του Προγράμματος των Δημοσίων Σχέσεων. Επικεντρώνει αρχικά στη σημαντικότητα του ρόλου του σχεδιασμού σαν πρώτο βήμα για την δημιουργία του πλάνου ή προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων Αναλυτικότερα, γίνεται μια περιγραφή για τον σχεδιασμό και τα σχεδιαγράμματα και παρατίθενται τα έξι επίπεδα του πλάνου Δημοσίων Σχέσεων.

Ενότητα 2: Βήμα 1ο : Ανάλυση Κατάστασης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η εισαγωγή στην διαδικασία ανάλυσης κατάστασης μιας επιχείρησης, η οποία αποτελεί και το πρώτο βήμα για να σχεδιάσουμε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων. Αναφέρεται ο ρόλος των υποθέσεων που προηγούνται ή και λαμβάνονται υπόψη με την έναρξη σχεδιασμού ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα, αναπτύσσονται εκτενώς δύο τεχνικές που οδηγούν σε αποτελεσματική ανάλυση κατάστασης και οι οποίες είναι η ανάλυση SWOT και η μέθοδος STEEPLE. Παρουσιάζεται δε και η τεχνική brainstorming για την υπέρβαση αδιεξόδων καταστάσεων.

Ενότητα 3: Βήμα 2ο : Στόχοι και Σκοποί

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλύσει διεξοδικά το δεύτερο από τα έξι επίπεδα για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό αναφέρεται στους Στόχους και στους Σκοπούς οι οποίοι θα πρέπει να είναι σαφείς και προκαθορισμένοι προς επίτευξη, σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων. Αρχικά γίνεται η παρουσίαση των στόχων των Δημοσίων Σχέσεων και υπογραμμίζεται η έννοια του SMART στόχου. Κατόπιν διατυπώνονται οι σκοποί των Δημοσίων Σχέσεων και αναπτύσσονται οι βασικοί άξονες τους, έτσι ώστε να μπορέσουν να καταγραφούν και να ενταχθούν σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων προς υλοποίηση.

Ενότητα 4: Βήμα 3ο : Κοινά – Στόχοι

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλύσει και να παρουσιάσει την έννοια κοινό δημοσίων σχέσεων, τόσο στην ευρύτερη γνωστική σφαίρα των Δημοσίων Σχέσεων όσο και στον σχεδιασμό ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Αρχικά

παρουσιάζεται η έννοια Κοινό, επικεντρώνεται στο Κοινό ή Κοινά των δημοσίων σχέσεων ενώ τέλος παρουσιάζονται με μεγάλη λεπτομέρεια οι υποκατηγορίες κοινών.

Ενότητα 5: Βήμα 4ο :Τα Μέσα των Δημοσίων Σχέσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να περιγράψει διεξοδικά το τέταρτο επίπεδο από τα έξι επίπεδα για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό είναι τα μέσα ή εργαλεία Δημοσίων Σχέσεων. Γίνεται μια εκτενής αναφορά στην έννοια του μέσου, στους τύπους του, καθώς και στα κυριότερα χαρακτηριστικά και την αξιολόγηση των μέσων που είναι διαθέσιμα για τις Δημόσιες Σχέσεις.

Ενότητα 6: Βήμα 5ο : Δημιουργία Προϋπολογισμού

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να περιγράψει διεξοδικά το πέμπτο επίπεδο για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Το επίπεδο αυτό αναφέρεται στον σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος και στην δημιουργία του προϋπολογισμού, ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Στην παρούσα ενότητα αναπτύσσεται η έννοια του χρονοδιαγράμματος και ο ορισμός του προϋπολογισμού και η σχέση του με τον έλεγχο του. Ενώ δίνεται έμφαση στην ανάλυση του χρονοδιαγράμματος και στα είδη κόστους και τονίζεται το μέγεθος του προϋπολογισμού που αφορά τα προγράμματα (πλάνα) των Δημοσίων Σχέσεων.

Ενότητα 7: Βήμα 6ο : Αξιολόγηση

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να ολοκληρώσει την περιγραφή των έξι επιπέδων για την δημιουργία ενός πλήρους και ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων, που είχατε δει επιγραμματικά στην ενότητα 4, αναπτύσσοντας το έκτο και τελευταίο επίπεδο που αφορά την αξιολόγηση ενός υλοποιημένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. Αναλυτικότερα, στην ενότητα αυτή γίνεται αναφορά στην σπουδαιότητα των συστημάτων αξιολόγησης ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων και στη συνέχεια επισημαίνεται η πρακτική πραγματοποίηση της αξιολόγησης των Δημοσίων Σχέσεων. Έτσι μετά το τέλος και της συγκεκριμένης ενότητας θα είστε σε θέση να έχετε διαμορφώσει μια ολοκληρωμένη εικόνα για την υλοποίηση ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων από το πρώτο έως το τελευταίο βήμα.

ΕΡΕΥΝΑ MARKETING ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ενότητα 1: Έρευνα Marketing

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει τη σπουδαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ. Αρχικά γίνεται μια αναφορά στον ορισμό της έρευνας μάρκετινγκ, έτσι ώστε να αφομοιωθεί πλήρως το βασικό αντικείμενο που θα αναπτυχθεί. Παρουσιάζονται οι διαφορές πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας και οι μελέτες Tracking.

Ενότητα 2: Έρευνα Δημοσίων Σχέσεων

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εξετάσει τη σπουδαιότητα της έρευνας μάρκετινγκ στις Δημόσιες Σχέσεις, τόσο σαν εργαλείο αξιολόγησης ενός προγράμματος ή ενέργειας Δημοσίων Σχέσεων όσο και σαν εργαλείο αντίληψης μιας εταιρίας ή ενός προϊόντος ή και υπηρεσίας από το κοινό τους. Παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο και τα βήματα που θα πρέπει να ακολουθηθούν για μια έρευνα Δημοσίων Σχέσεων.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ & ΑΥΤΟΝΟΜΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ενότητα 1: Σχέσεις με την Κοινότητα

Σκοπός της διδακτικής ενότητας, είναι η έναρξη πρακτικής εφαρμογής των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων και πιο συγκεκριμένα η ανάπτυξη σχέσεων ανάμεσα σε μια επιχείρηση και την κοινότητα μέσα στα γεωγραφικά αλλά και νοητικά σύνορα που η επιχείρηση δραστηριοποιείται.

Ενότητα 2: Οργάνωση Εκδηλώσεων Α' Μέρους

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια των εκδηλώσεων σαν μέσο των προγραμμάτων ή των ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων. Πιο αναλυτικά γίνεται παρουσίαση του σχεδιασμού της εκδήλωσης ενώ αναλύονται λεπτομερειακά τα επτά βήματα για τον σχεδιασμό μιας εκδήλωσης, με απλά παραδείγματα.

Ενότητα 3: Οργάνωση Εκδηλώσεων Β' Μέρους

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια του σκεπτικού της εκδήλωσης αλλά και την οργάνωση της εκδήλωσης Δημοσίων Σχέσεων. Πιο αναλυτικά γίνεται παρουσίαση της σημαντικότητας της οργάνωσης μιας εκδήλωσης δημοσίων σχέσεων, ενώ παρουσιάζονται τα βήματα – με λεπτομέρεια – που θα πρέπει να ακολουθηθούν πριν οργανώσουμε μια εκδήλωση.

Ενότητα 4: Οργάνωση Εκδηλώσεων Γ' Μέρους

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια της ομάδας της οργάνωσης της εκδήλωσης αλλά και την υλοποίηση της εκδήλωσης. Ενώ παρουσιάζονται τα πιθανά προβλήματα της υλοποίησης, η σημαντικότητα της πρόβας, οι σχέσεις με τους δημοσιογράφους και το κλείσιμο μιας εκδήλωσης.

Ενότητα 5: Δημόσιες Σχέσεις για μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς

Σκοπός της διδακτικής ενότητας με τίτλο Δημόσιες Σχέσεις για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς είναι να εισάγει τον/την σπουδαστή/ρια στον σχεδιασμό και υλοποίηση για φορείς και εταιρίες που δεν έχουν σκοπό το κέρδος αλλά την προσφορά στον άνθρωπο. Παρουσιάζονται τα κοινά σημεία με το πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων για τις κερδοσκοπικές εταιρίες ενώ παράλληλα και οι διαφορές τους.

Ενότητα 6: Ενδοεπιχειρησιακή Επικοινωνία

Σκοπός της διδακτικής ενότητας με τίτλο ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία είναι να παρουσιάσει την έννοια των ανθρωπίνων σχέσεων, την σύνδεσή τους με τις Δημόσιες Σχέσεις καθώς και πως σχεδιάζονται και εφαρμόζονται προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων με το εσωτερικό κοινό.

Ενότητα 7: Οργάνωση Εμπορικών Εκθέσεων Α' Μέρους

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου της συμμετοχής μας εταιρίας σε εκθεσιακή εκδήλωση, εντός ή εκτός συνόρων. Πιο αναλυτικά γίνεται μικρή εισαγωγή στην έννοια και τις ιδιαιτερότητες των εκθέσεων, σαν εκδηλώσεις επικοινωνίας, ενώ στην συνέχεια γίνεται παρουσίαση για την κρίσιμη απόφαση συμμετοχής ή απόρριψης συμμετοχής σε μια έκθεση. Στην συνέχεια γίνεται παρουσίαση των σταδίων που θα πρέπει να περάσει μια εταιρία εφόσον αποφασίσει να συμμετάσχει σε μία έκθεση ενώ αναλύεται το σταντ και η βαρύτητά του.

Ενότητα 8: Οργάνωση Εμπορικών Εκθέσεων Β' Μέρους

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του εκθεσιακού και μετεκθεσιακού σταδίου συμμετοχής μιας εταιρίας. Πιο αναλυτικά παρουσιάζονται οι τύποι επισκεπτών σε μια εμπορική έκθεση και οι κανόνες επικοινωνίας με τους επισκέπτες καθώς και οι ανάγκες του, ενώ στην συνέχεια γίνεται ανάλυση των βασικών παραγόντων επιτυχίας και αποτυχίας μιας έκθεσης. Η ενότητα ολοκληρώνεται με την παρουσίαση του ρόλου της έκθεσης απολογισμού με την ολοκλήρωση της έκθεσης.

Ενότητα 9: Οργάνωση Εμπορικών Εκθέσεων Γ' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου της επικοινωνίας στην συμμετοχής μας εταιρίας σε εκθεσιακή εκδήλωση. Πιο αναλυτικά, γίνεται παρουσίαση ανάμεσα στις δύο λειτουργίες επικοινωνίας (διαφήμιση – δημόσιες σχέσεις) και στο πως χρησιμοποιούνται στα διαφορετικά στάδια της έκθεσης.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΑΦΩΝ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ

Ενότητα 1: Ανάπτυξη Επαφών με τα ΜΜΕ Α' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την σημαντικότητα του ρόλου των ΜΜΕ στα προγράμματα, τις ενέργειες και τις εργασίες των Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα γίνεται παρουσίαση για το πώς μπορεί να συστηματοποιηθεί η ανάπτυξη των επαφών με τα ΜΜΕ έτσι ώστε να ενταχθεί σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων για την υλοποίηση των στόχων των Δημοσίων Σχέσεων.

Ενότητα 2: Ανάπτυξη Επαφών με τα ΜΜΕ Β' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την σημαντικότητα του γραφείου τύπου μιας επιχείρησης και να αντιπαραβάλλει τις ενέργειες του με εκείνες ενός προγράμματος Ανάπτυξης επαφών με τα ΜΜΕ. Παράλληλα παρουσιάζει την οργάνωση για εκδηλώσεις Δημοσίων Σχέσεων καθώς και την υλοποίηση δημοσιογραφικών μέσων επικοινωνίας εκ μέρους της κάθε επιχείρησης.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ ΚΑΙ INTERNET

Ενότητα 1: Δημιουργία, Οργάνωση & Διοίκηση Επικοινωνιακού Υλικού

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την έννοια, τα είδη, την παραγωγή αλλά και τη χρήση του επικοινωνιακού υλικού για την κάλυψη των εταιρικών επικοινωνιακών αναγκών. Παράλληλα, γίνεται ένταξη του επικοινωνιακού υλικού σαν μέσο επικοινωνίας ενός προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων.

Ενότητα 2: Δημόσιες Σχέσεις μέσω Διαδικτύου

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι εισάγει τους εκπαιδευόμενους στην έννοια και την πρακτική του internet και παράλληλα στην χρήση του σαν μέσο επικοινωνίας για την επίτευξη των στόχων των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζεται η οντότητα και ο επηρεασμός του internet στον

σημερινό κόσμο σαν ένα πολύ ισχυρό μέσο επικοινωνίας και πως η κάθε εταιρία μέσω της ιστοσελίδας της μπορεί να προβεί σε ανάπτυξη επικοινωνίας με συγκεκριμένες ομάδες κοινού, τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ενότητα ολοκληρώνεται με το συνδυασμό της επικοινωνίας μέσω του Διαδικτύου και των προγραμμάτων επικοινωνίας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

Ενότητα 1: Διαχείριση Κρίσεων Α' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου της επικοινωνιακής αντιμετώπισης των κρίσεων από τις Δημόσιες Σχέσεις. Αναλυτικότερα, γίνεται ανάλυση και παρουσίαση του ορισμού των κρίσεων και το ρόλο των Δημοσίων Σχέσεων στην προετοιμασία για την αντιμετώπισή τους. Παρουσιάζονται τα είδη των κρίσεων και το επίπεδο προετοιμασίας για την αντιμετώπιση μελλοντικών κρίσεων.

Ενότητα 2: Διαχείριση Κρίσεων Β' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα της προετοιμασίας του εγχειριδίου της επικοινωνιακής διαχείρισης των κρίσεων, στο ρόλο της εκπαίδευσης που θα πρέπει να υπάρξει τόσο πριν όσο και μετά από το εγχειρίδιο καθώς και στα τεχνικά μέσα που θα πρέπει να είναι έτοιμα για την επικοινωνιακή αντιμετώπιση των κρίσεων.

Ενότητα 3: Διαχείριση Κρίσεων Γ' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει το χειρισμό της κρίσης όταν αυτή εμφανιστεί, από το επίπεδο στρατηγικής μέχρι και την ολοκλήρωση του προγράμματος. Παράλληλα παρουσιάζονται οι ενέργειες που θα πρέπει να γίνουν με την ολοκλήρωση της κρίσης καθώς και ο ρόλος της ιστοσελίδας στη διαχείριση των κρίσεων.

Ενότητα 4: Media Training Α' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τη σπουδαιότητα αλλά και την προετοιμασία για τη δημόσια έκθεση ενός στελέχους ή μιας προσωπικότητας στα ΜΜΕ. Αναφέρεται στη χαλάρωση και στην άψογη τηλεοπτική εμφάνιση.

Διδακτική Ενότητα 5: Media Training Β' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις συνεντεύξεις σε όλα τα ΜΜΕ. Πιο συγκεκριμένα στα έντυπα μέσα, στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, στο διαδίκτυο αλλά και «on line» συνεντεύξεις.

ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Διδακτική Ενότητα 1: Χορηγίες Α' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου των χορηγιών σαν εργαλείο Δημοσίων Σχέσεων-επικοινωνίας. Ξεκινώντας από τον ορισμό των χορηγιών γίνεται παρουσίαση και ανάλυση από την δημιουργία του σκεπτικού μιας χορηγίας μέχρι και την στοιχεία όπως οι βασικοί κανόνες και κατηγορίες χορηγιών, τα κοινά- στόχοι των χορηγιών, τα βήματα για οργάνωση και δημιουργία χορηγικών προγραμμάτων.

Διδακτική Ενότητα 2: Χορηγίες Β' Μέρος

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τα βήματα για οργάνωση και δημιουργία χορηγικών προγραμμάτων, τον χορηγικό προϋπολογισμό, τις παράλληλες εκδηλώσεις και την δημιουργία αποτελεσματικών χορηγιών.

Διδακτική Ενότητα 3: Διεθνείς Δημόσιες Σχέσεις

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων σε διεθνές επίπεδο, παρουσιάζοντας τις ιδιαίτερες παραμέτρους οι οποίες πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν όταν σχεδιάζουμε και υλοποιούμε προγράμματα διεθνών Δημοσίων Σχέσεων. Ξεκινώντας από την κατανόηση των διαφορών ανάμεσα σε λαούς αλλά και τις πολιτιστικές και όποιες άλλες διαφορές ανάμεσα σε μεγάλες και διαφορετικές ομάδες κοινού, μπορούμε να μεταφερθούμε στην υλοποίηση προγραμμάτων διεθνών Δημοσίων Σχέσεων.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Διδακτική Ενότητα 1: Ικανότητες Παρουσίασης

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εστιάσει στη σημαντικότητα του ρόλου της επικοινωνίας μέσω της παρουσίασης. Η ικανότητα και η δυνατότητα παρουσίασης σε κοινό ή σε κοινά αποτελεί παράγοντας ζωτικής σημασίας για όλους τους ανθρώπους της επικοινωνίας και ιδιαίτερα των Δημοσίων Σχέσεων. Στην ενότητα αυτή δίνονται τεχνικές συμβουλές ανάπτυξης ικανοτήτων και δυνατοτήτων για κάθε παρουσίαση σε μικρό ή μεγάλο κοινό, σε πελάτη ή σε προϊστάμενο.

Διδακτική Ενότητα 2: Το Μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων

Η παρούσα ενότητα αναφέρεται στο μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων, κυρίως στην εφαρμογή των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων και την εξέλιξη της επικοινωνίας μέσω της τεχνολογίας και των εφαρμογών της.

9. Βεβαίωση Πιστοποίησης

<p>ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ 24/09/2009 (Αριθ. Πρωτ. 11656) ΤΗΣ 7ης ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ ΤΗΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ (ΚΕΠ) ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΥΤΕΚΡΟΤΗΣΗΣ, ΣΤΙΣ 22/09/2009 ΚΩΔΙΚΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ 170</p>	
<p>ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ</p>	
<p>Η ΤΟΥ</p>	
<p>Παρακολούθησε επιτυχώς το πιστοποιημένο επιμορφωτικό πρόγραμμα με τίτλο: «ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ»</p>	
<p>διάρκειας 241 ωρών (αντίστοιχη με 34 ημέρες επιμόρφωσης*) που οργανώθηκε από το Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών για Δημοσίους Υπαλλήλους με τη χρήση Καινοτόμων Μεθόδων εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης, το οποίο ξεκίνησε στις και ολοκληρώθηκε με τη λήξη των εξετάσεων πιστοποίησης στις</p>	
<p>Ο Πρύτανης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών</p>	<p>Ο Επιτεμημονικός Υπεύθυνος του Προγράμματος</p>
<p>Καθηγητής</p>	<p>Καθηγητής Παναγιώτης Ε. Πετράκης</p>
<p>*Οι ημέρες επιμόρφωσης λογίζονται επί 7 ώρες εκπαίδευσης (Υπουργική Απόφαση ΔΕΚ/Τ.Μ.Β.Φ. 2/680κ.19975,ΦΕΚ 1592/Β/09-09-2010).</p>	