ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Ψηφιακό Μάρκετινγκ στον Τουρισμό – Social Media

Τουριστικά προϊόντα • Στρατηγικό μάρκετινγκ • Έρευνα αγοράς • Ψηφιακή προβολή • Κοινωνικά δίκτυα

Σκοπός προγράμματος

Σκοπός του προγράμματος είναι η ανάπτυξη γνώσεων και δεξιοτήτων για την ανάλυση τουριστικών προϊόντων και αγορών, τον σχεδιασμό στρατηγικών μάρκετινγκ και την αξιοποίηση σύγχρονων ψηφιακών μέσων για την προβολή τουριστικών επιχειρήσεων, υπηρεσιών και προορισμών. Η εκπαιδευτική διαδρομή συνδέει τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών της τουριστικής προσφοράς με την έρευνα αγοράς, την επιχειρηματική οργάνωση και την υλοποίηση στοχευμένων ενεργειών επικοινωνίας.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση του ψηφιακού μάρκετινγκ, στη διαχείριση περιεχομένου και στις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προσέγγιση του κατάλληλου κοινού, την ενίσχυση της διαδικτυακής παρουσίας και την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών προβολής.

Περιγραφή εκπαιδευτικού αντικειμένου

Το εκπαιδευτικό αντικείμενο οργανώνεται σε δέκα αλληλοσυμπληρούμενες ενότητες. Ξεκινά από την ανάλυση του τουριστικού προϊόντος και τα βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα, συνεχίζει με τη διαμόρφωση πλάνου μάρκετινγκ, την έρευνα αγοράς και τη στρατηγική ανάλυση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και ολοκληρώνεται με το ψηφιακό μάρκετινγκ, τη διαχείριση περιεχομένου και τον σχεδιασμό επικοινωνίας στα social media.

Μαθησιακά αποτελέσματα

- Να αναλύουν τα χαρακτηριστικά, το μείγμα και τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος.
- Να αναγνωρίζουν βασικά επιχειρηματικά μοντέλα και παράγοντες βιωσιμότητας ψηφιακών ενημερωτικών μέσων.
- Να συντάσσουν και να αξιολογούν βασικά στοιχεία ενός πλάνου μάρκετινγκ.
- Να οργανώνουν έρευνα αγοράς και να αξιοποιούν τα ευρήματά της στη λήψη αποφάσεων.
- Να χρησιμοποιούν την ανάλυση PEST και SWOT για τη διερεύνηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.
- Να επιλέγουν εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ και ηλεκτρονικής επικοινωνίας με πελάτες.
- Να κατανοούν τις αρχές διαχείρισης βάσεων δεδομένων, ιστοσελίδων και ψηφιακού περιεχομένου.
- Να προσδιορίζουν ομάδες-στόχους και να σχεδιάζουν στρατηγικές επικοινωνίας στα social media.
- Να εφαρμόζουν μεθόδους ανάπτυξης κοινού και αύξησης των followers.
- Να οργανώνουν τακτικό πλάνο επικοινωνίας και να δημιουργούν ελκυστικό περιεχόμενο.

Αναλυτικά περιεχόμενα

Εκπαιδευτική ενότητα 1: Ανάλυση τουριστικών προϊόντων

Η ενότητα εισάγει τις βασικές έννοιες του τουρισμού και εξετάζει το τουριστικό προϊόν ως σύνθετη εμπειρία, με ιδιαίτερη έμφαση στη σύνθεσή του, στον κύκλο ζωής και στις συνθήκες επιτυχούς εισαγωγής του στην αγορά.

1.1. Ορισμός τουριστικού προϊόντος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ορισμός τουριστικού προϊόντος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

1.2. Το μείγμα τουριστικού προϊόντος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Το μείγμα τουριστικού προϊόντος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

1.3. Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

1.4. Αιτίες που οδηγούν στην αποτυχία ενός τουριστικού προϊόντος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Αιτίες που οδηγούν στην αποτυχία ενός τουριστικού προϊόντος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

1.5. Κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 2: Βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα για ενημερωτικές ιστοσελίδες

Παρουσιάζεται η λογική των επιχειρηματικών μοντέλων και η εφαρμογή τους σε ψηφιακά ενημερωτικά μέσα, με εξέταση της πρότασης αξίας, των σχέσεων με το κοινό και της οικονομικής βιωσιμότητας.

2.1. Η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

2.2. Διαδικτυακά επιχειρηματικά μοντέλα

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Διαδικτυακά επιχειρηματικά μοντέλα», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση

ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

2.3. Δομικά στοιχεία των ηλεκτρονικών ΜΜΕ και η αρχιτεκτονική τους

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Δομικά στοιχεία των ηλεκτρονικών ΜΜΕ και η αρχιτεκτονική τους», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

2.4. Επιχειρηματικά μοντέλα ενημέρωσης: το προϊόν, η πρόταση αξίας, η σχέση με το κοινό, οι οικονομικές ροές, το κόστος, οι πηγές χρηματοδότησης

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Επιχειρηματικά μοντέλα ενημέρωσης: το προϊόν, η πρόταση αξίας, η σχέση με το κοινό, οι οικονομικές ροές, το κόστος, οι πηγές χρηματοδότησης», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 3: Πλάνο Μάρκετινγκ, προβολή, τιμολόγηση, υπηρεσίες, διανομή, διαδικασίες

Αναπτύσσεται η διαδικασία σχεδιασμού ενός πλάνου μάρκετινγκ και η σύνδεσή του με την επιχειρηματική στρατηγική, την τιμολόγηση, την προβολή, τη διανομή και τις ενέργειες υλοποίησης.

3.1. Έννοια, σημασία και χρησιμότητα του Πλάνου Μάρκετινγκ (Marketing Plan)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Έννοια, σημασία και χρησιμότητα του Πλάνου Μάρκετινγκ (Marketing Plan)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

3.2. Business Plan και Marketing Plan

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Business Plan και Marketing Plan», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

3.3. Ανάλυση ευκαιριών - Καθορισμός στρατηγικών - Σχεδιασμός πλάνου Μάρκετινγκ - Διοίκηση Μάρκετινγκ

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ανάλυση ευκαιριών - Καθορισμός στρατηγικών - Σχεδιασμός πλάνου Μάρκετινγκ - Διοίκηση Μάρκετινγκ», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

3.4. Σύνταξη πλάνου Μάρκετινγκ: Παρούσα κατάσταση - Ανάλυση SWOT - Στόχοι - Στρατηγική Μάρκετινγκ - Πρόγραμμα δράσης - Προϋπολογισμός και προβλέψεις – Έλεγχος

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Σύνταξη πλάνου Μάρκετινγκ: Παρούσα κατάσταση - Ανάλυση SWOT - Στόχοι - Στρατηγική Μάρκετινγκ - Πρόγραμμα δράσης - Προϋπολογισμός και προβλέψεις –

Έλεγχος», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 4: Έρευνα αγοράς

Εξετάζονται ο ρόλος της έρευνας αγοράς, τα πεδία εφαρμογής της και η διαδικασία συλλογής και αξιοποίησης δεδομένων για τεκμηριωμένες επιχειρηματικές αποφάσεις.

4.1. Ρόλος και σημασία της έρευνας Μάρκετινγκ

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ρόλος και σημασία της έρευνας Μάρκετινγκ», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

4.2. Συστατικά της έρευνας Μάρκετινγκ: Έρευνα Αγοράς - Έρευνα Προϊόντος - Έρευνα Τιμολόγησης - Έρευνα Δικτύων Διανομής - Έρευνα Προώθησης Πωλήσεων

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Συστατικά της έρευνας Μάρκετινγκ: Έρευνα Αγοράς - Έρευνα Προϊόντος - Έρευνα Τιμολόγησης - Έρευνα Δικτύων Διανομής - Έρευνα Προώθησης Πωλήσεων», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

4.3. Διαδικασία έρευνας αγοράς

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Διαδικασία έρευνας αγοράς», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

4.4. Έρευνα αγοράς και λήψη αποφάσεων

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Έρευνα αγοράς και λήψη αποφάσεων», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 5: SWOT, Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος

Η ενότητα αναλύει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, τον πελατοκεντρικό προσανατολισμό και τα εργαλεία στρατηγικής αποτύπωσης PEST και SWOT.

5.1. Η έννοια και οι λειτουργίες του Μάρκετινγκ - Προσανατολισμός στον πελάτη - Η αποστολή του Μάρκετινγκ και το Μάρκετινγκ Concept

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Η έννοια και οι λειτουργίες του Μάρκετινγκ - Προσανατολισμός στον πελάτη - Η αποστολή του Μάρκετινγκ και το Μάρκετινγκ Concept», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή

στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

5.2. Η αγορά και το περιβάλλον της - Ανάλυση PEST και SWOT - Τμηματοποίηση και στόχευση της αγοράς

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Η αγορά και το περιβάλλον της - Ανάλυση PEST και SWOT - Τμηματοποίηση και στόχευση της αγοράς», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 6: Ψηφιακό Μάρκετινγκ (Digital Marketing)

Παρουσιάζονται οι αρχές του ψηφιακού μάρκετινγκ, τα διαδικτυακά κανάλια, το ηλεκτρονικό εμπόριο, η παραγωγή περιεχομένου, η διαχείριση σχέσεων με πελάτες και η μέτρηση της απόδοσης.

6.1. Βασικές αρχές, ορολογία και λειτουργίες του Διαδικτυακού Marketing

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Βασικές αρχές, ορολογία και λειτουργίες του Διαδικτυακού Marketing», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.2. Διαδικτυακό Μίγμα Marketing και διαδικτυακό Branding - Μορφές και μέσα (προώθησης) του e-Marketing - Σχέση Domain Name και Brand Name

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Διαδικτυακό Μίγμα Marketing και διαδικτυακό Branding - Μορφές και μέσα (προώθησης) του e-Marketing - Σχέση Domain Name και Brand Name», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.3. Η συμπεριφορά του καταναλωτή στον ψηφιακό κόσμο - Προγραμματισμός και ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ μέσω μηχανών αναζήτησης

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Η συμπεριφορά του καταναλωτή στον ψηφιακό κόσμο - Προγραμματισμός και ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ μέσω μηχανών αναζήτησης», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.4. Έννοια και στρατηγικές του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Έννοια και στρατηγικές του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.5. Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email marketing), κινητών τηλεφώνων (mobile marketing), online βίντεο, περιεχομένου (content marketing) - Συμμετοχή σε News Groups/Chat Rooms

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email marketing), κινητών τηλεφώνων (mobile marketing), online βίντεο, περιεχομένου (content marketing) -…», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.6. Storytelling Μάρκετινγκ με τη χρήση πολλαπλών μέσων - RSS και Podcasting - Videocasting, Screencasting και Live Streaming

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Storytelling Μάρκετινγκ με τη χρήση πολλαπλών μέσων - RSS και Podcasting - Videocasting, Screencasting και Live Streaming», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.7. Προσωποποίηση και βελτιστοποίηση ιστοτόπων - Blogging for Business - WordPress

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Προσωποποίηση και βελτιστοποίηση ιστοτόπων - Blogging for Business - WordPress», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.8. Ηλεκτρονική Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων μέσω Διαδικτύου (e-CRM)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ηλεκτρονική Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων μέσω Διαδικτύου (e-CRM)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

6.9. Μετρικές και Αναλύσεις στο Διαδίκτυο - Web Metrics & Analytics

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Μετρικές και Αναλύσεις στο Διαδίκτυο - Web Metrics & Analytics», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 7: Διαχείριση Περιεχομένου

Εξετάζονται οι τεχνολογικές υποδομές διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου, από τα μοντέλα βάσεων δεδομένων έως τον σχεδιασμό και τη λειτουργία ιστοσελίδων.

7.1. Μοντέλα Βάσεων Δεδομένων - Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων (ΣΔΒΔ)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Μοντέλα Βάσεων Δεδομένων - Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων (ΣΔΒΔ)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

7.2. Σχεδιασμός και διαχείριση Βάσης Δεδομένων (μοντέλο Οντοτήτων Συσχετίσεων - κανονικοποίηση)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Σχεδιασμός και διαχείριση Βάσης Δεδομένων (μοντέλο Οντοτήτων Συσχετίσεων - κανονικοποίηση)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

7.3. Διαχείριση στατικών - δυναμικών ιστοσελίδων (HTML, CSS, Javascript)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Διαχείριση στατικών - δυναμικών ιστοσελίδων (HTML, CSS, Javascript)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

7.4. Εργαλεία ανάπτυξης ιστοσελίδων

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Εργαλεία ανάπτυξης ιστοσελίδων», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 8: Στόχος & στρατηγική επικοινωνίας μέσα από social media

Η ενότητα εστιάζει στον σχεδιασμό επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στον προσδιορισμό του κοινού-στόχου και στην ανάπτυξη στοχευμένων στρατηγικών μάρκετινγκ.

8.1. Εισαγωγικές έννοιες και λειτουργίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Εισαγωγικές έννοιες και λειτουργίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

8.2. Καθορισμός/Εντοπισμός της ομάδας στόχου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Προσέλκυση ομάδας στόχου-πελατών

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Καθορισμός/Εντοπισμός της ομάδας στόχου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Προσέλκυση ομάδας στόχου-πελατών», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

8.3. Ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 9: Τρόποι αύξησης των followers στα social media

Αναλύονται οι δυνατότητες των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και οι μεθοδολογίες προσέλκυσης και διατήρησης ακολούθων με βάση τα χαρακτηριστικά του κοινού.

9.1. Ρυθμίσεις και επιλογές των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Ρυθμίσεις και επιλογές των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

9.2. Μεθοδολογίες αύξησης των Followers

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Μεθοδολογίες αύξησης των Followers», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Εκπαιδευτική ενότητα 10: Τακτικό πλάνο επικοινωνίας μέσα από social media

Παρουσιάζονται οι αρχές οργάνωσης ενός τακτικού πλάνου επικοινωνίας, η συγγραφή ελκυστικού περιεχομένου και τα χαρακτηριστικά της αποτελεσματικής ψηφιακής επικοινωνίας.

10.1. Κανόνες προγραμματισμού επικοινωνίας βάσει κριτηρίων

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Κανόνες προγραμματισμού επικοινωνίας βάσει κριτηρίων», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

10.2. Τεχνικές συγγραφής ελκυστικών άρθρων

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Τεχνικές συγγραφής ελκυστικών άρθρων», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

10.3. Χαρακτηριστικά επιτυχούς επικοινωνίας

Η υποενότητα εξετάζει το αντικείμενο «Χαρακτηριστικά επιτυχούς επικοινωνίας», παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες, τα επιμέρους χαρακτηριστικά και τη χρησιμότητά του στο πλαίσιο του προγράμματος. Το περιεχόμενο συνδέεται με την εφαρμογή των αντίστοιχων γνώσεων στον σχεδιασμό, στην οργάνωση ή στην αξιολόγηση ενεργειών τουριστικού και ψηφιακού μάρκετινγκ, ανάλογα με το ειδικό θέμα της υποενότητας.

Δομή εκπαιδευτικού υλικού

Το εκπαιδευτικό βιβλίο και οι δέκα παρουσιάσεις αναπτύσσουν τις αντίστοιχες εκπαιδευτικές ενότητες και υποενότητες. Το βιβλίο περιλαμβάνει σκοπό, προσδοκώμενα αποτελέσματα, έννοιες-κλειδιά και αναλυτική ανάπτυξη της ύλης, ενώ στις ενότητες περιλαμβάνονται επίσης σύνοψη, δραστηριότητες ή ερωτήσεις αυτοαξιολόγησης, εργασίες και βιβλιογραφία, όπου προβλέπονται από το υλικό.