

ΩΡΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Διαδικτυακό πρόγραμμα με τίτλο:				
“ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΝΕΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ”				
Ημερομηνία: 06/12/2021		ΗΜΕΡΑ 1^η		
Ωρες Εφαρμογής		Διάρκεια	Χρονοτοποθέτηση περιεχομένου	Εκπαιδευτής
Από	Μέχρι	(ώρες)		
08:30	10:00	1,50	<p><u>Ενότητα 1: Εισαγωγή στην Ψηφιακή Επικοινωνία:</u> Στην ενότητά αυτή εστιάζουμε στις αλλαγές που φέρνουν οι ψηφιακές τεχνολογίες στο πεδίο της επικοινωνίας. Παράλληλα, θα μελετήσουμε τις νέες τάσεις και τα χαρακτηριστικά των σύγχρονων ακροατηρίων, ενώ θα συζητήσουμε το πώς ο Covid ενέτεινε την ανάγκη για ψηφιακό μετασχηματισμό, εντός και εκτός των οργανισμών. Τέλος, θα παρουσιάσουμε εργαλεία τα οποία μας επιτρέπουν να καταγράψουμε και να κατανοήσουμε τις ανάγκες των κοινών στα οποία απευθυνόμαστε.</p> <p style="text-align: right;">(ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ....)</p>	Δρ. Λήδα Τσενέ
10:00	10:10	0,10	ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ	
10:10	10:40	0,50	<p style="text-align: right;">(ΣΥΝΕΧΕΙΑ)</p> <p><u>Ενότητα 1: Εισαγωγή στην Ψηφιακή Επικοινωνία:</u> Στην ενότητά αυτή εστιάζουμε στις αλλαγές που φέρνουν οι ψηφιακές τεχνολογίες στο πεδίο της επικοινωνίας. Παράλληλα, θα μελετήσουμε τις νέες τάσεις και τα χαρακτηριστικά των σύγχρονων ακροατηρίων, ενώ θα συζητήσουμε το πώς ο Covid ενέτεινε την ανάγκη για ψηφιακό μετασχηματισμό, εντός και εκτός των οργανισμών. Τέλος, θα παρουσιάσουμε εργαλεία τα οποία μας επιτρέπουν να καταγράψουμε και να κατανοήσουμε τις ανάγκες των κοινών στα οποία απευθυνόμαστε.</p>	»
10:40	11:40	1,00	<p><u>Ενότητα 2: Χτίζοντας μια στρατηγική ψηφιακής επικοινωνίας:</u> Στην ενότητά αυτή θα παρουσιάσουμε τα βήματα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής ψηφιακής επικοινωνίας. Πώς επιλέγουμε τις σωστές πλατφόρμες για το σωστό κοινό; Πώς μπορούμε να φτιάξουμε ένα customer journey map; Τι ρόλο παίζουν τα δεδομένα στη διαμόρφωση μιας ψηφιακής καμπάνιας;</p> <p style="text-align: right;">(ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ....)</p>	»
11:40	11:50	0,10	ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ	

11:50	12:50	1,00	(ΣΥΝΕΧΕΙΑ)	»
			<p><u>Ενότητα 2: Χτίζοντας μια στρατηγική ψηφιακής επικοινωνίας:</u> Στην ενότητα αυτή θα παρουσιάσουμε τα βήματα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής ψηφιακής επικοινωνίας. Πώς επιλέγουμε τις σωστές πλατφόρμες για το σωστό κοινό; Πώς μπορούμε να φτιάξουμε ένα customer journey map; Τι ρόλο παίζουν τα δεδομένα στη διαμόρφωση μιας ψηφιακής καμπάνιας;</p>	
12:50	13:20	0,50	<p><u>Ενότητα 3: Εργαλεία υλοποίησης και αξιολόγησης ψηφιακών στρατηγικών επικοινωνίας:</u> Στην ενότητα αυτή θα εστιάσουμε σε τεχνικές παραγωγής και διάχυσης περιεχομένου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, στην αξιοποίηση των messaging apps, αλλά και σε τρόπους ψηφιακής διαφήμισης. Τέλος, θα αναφερθούμε σε εργαλεία μέτρησης και αξιολόγησης μιας ψηφιακής καμπάνιας.</p> <p>(ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ....)</p>	»
13:20	13:30	0,10	ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ	
13:30	15:00	1,50	(ΣΥΝΕΧΕΙΑ)	»
			<p><u>Ενότητα 3: Εργαλεία υλοποίησης και αξιολόγησης ψηφιακών στρατηγικών επικοινωνίας:</u> Στην ενότητα αυτή θα εστιάσουμε σε τεχνικές παραγωγής και διάχυσης περιεχομένου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, στην αξιοποίηση των messaging apps, αλλά και σε τρόπους ψηφιακής διαφήμισης. Τέλος, θα αναφερθούμε σε εργαλεία μέτρησης και αξιολόγησης μιας ψηφιακής καμπάνιας.</p>	
		6,00		