



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικό και Καποδιστριακό  
Πανεπιστήμιο Αθηνών

ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Digital Practice & Education **D.P.E.**



# Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών

Εκμάθηση του Λογισμικού  
Soft1 CRM

 **soft1**ne  
More than software

## Περιεχόμενα

1. φιλοσοφία των προγραμμάτων .....	3
2. Διαπιστεύσεις: Πιστοποίηση Ε.ΚΕ.ΠΙΣ. – Πιστοποίηση DQS DIN EN ISO 9001:2008.....	4
3. Σκοπός του Προγράμματος .....	5
4. Κατηγορίες Υποψηφίων που Γίνονται Δεκτοί στο Πρόγραμμα - Τρόπος Ένταξης.....	6
5. Το Χορηγούμενο Πιστοποιητικό .....	7
6. Χρονική Διάρκεια και Κόστος Φοίτησης .....	8
7. Δομή και Τρόπος Παρουσίασης θεματικών εννοιών.....	8
8. Τρόπος Διεξαγωγής του Προγράμματος.....	9
9. Επιστημονικό Γραφείο Υποστήριξης (Help Desk).....	11
10. Τρόπος Εξέτασης και Βαθμολόγησης .....	11
11. Λοιπές Υποχρεώσεις Εκπαιδευόμενων - Προϋποθέσεις Χορήγησης Πιστοποιητικού.....	12
12. Συγγραφείς του Εκπαιδευτικού Υλικού .....	14
13. Ο Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος.....	15
14. Πως Διαμορφώνεται η Ύλη του Προγράμματος.....	15
15. Υπόδειγμα Χορηγούμενου Πιστοποιητικού .....	23

## 1. ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Το Πρόγραμμα Συμπληρωματικής Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning) του Κέντρου Συνεχιζόμενης Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης (Κ.Ε.Κ.) του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών σας καλωσορίζει στη νέα γενιά Προγραμμάτων Ψηφιακής Πρακτικής & Εκπαίδευσης (Digital Practice & Education – D.P.E.) και συγκεκριμένα στο εκπαιδευτικό αντικείμενο **“Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών (Εκμάθηση του Λογισμικού Soft1 CRM)”**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το Κ.Ε.Κ. του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Πρόκειται για Προγράμματα εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης που συνδέουν τη Θεωρητική Γνώση με τα πλέον διαδεδομένα Λογισμικά Προγράμματα που χρησιμοποιούνται από τις περισσότερες σύγχρονες επιχειρήσεις και διακρίνονται σε 3 μέρη:

- ▶ **Θεωρητική Εκπαίδευση**
- ▶ **Εκμάθηση Χρήσης Λογισμικών Προγραμμάτων**
- ▶ **Πρακτική Εφαρμογή σε Λογισμικά Προγράμματα** που χρησιμοποιούνται από Επιχειρήσεις

Η εκπαίδευση πραγματοποιείται αποκλειστικά εξ αποστάσεως και υποστηρίζεται από 3 εκπαιδευτές:

- ▶ **Τον Εκπαιδευτή του Θεωρητικού Μέρους**
- ▶ **Τον Εκπαιδευτή Χρήσης του Λογισμικού** που προέρχεται από την Εταιρεία Λογισμικού
- ▶ **Τον Εκπαιδευτή της Πρακτικής Εφαρμογής του Λογισμικού** ο οποίος προέρχεται από Επιχείρηση που χρησιμοποιεί το Λογισμικό και αναλαμβάνει το **“on the job training”**.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το εκπαιδευτικό αντικείμενο **“Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών (Εκμάθηση του Λογισμικού Soft1**

CRM)”, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

## 2. ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΣΕΙΣ: ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ Ε.ΚΕ.ΠΙΣ. – ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ DQS DIN EN ISO 9001:2008

### ► Πιστοποίηση Ε.ΚΕ.ΠΙΣ.

Το ΚΕΚ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών είναι πιστοποιημένο (Κ.Π. 12151701) από τον επίσημο εθνικό φορέα για την ανάπτυξη, εφαρμογή και παρακολούθηση του Εθνικού Συστήματος Πιστοποίησης της Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης στην

Ελλάδα (Ε.ΚΕ.ΠΙΣ.), από τον Οκτώβριο του 2001. Σε συνέχεια της πρώτης απόφασης πιστοποίησης, και σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διαδικασίες σχετικά με την εφαρμογή του Συστήματος Παρακολούθησης και Αξιολόγησης, το ΚΕΚ λαμβάνει σε ετήσια βάση, Βεβαίωση Ανανέωσης Πιστοποίησης.

### ► Πιστοποίηση DQS DIN EN ISO 9001:2008

Το Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (e-learning) του ΚΕΚ του ΕΚΠΑ, από τον Ιούλιο του 2008, και μετά από σχετική αξιολόγησή του από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛ.Ο.Τ.), διαθέτει Πιστοποίηση Διαχείρισης Συστήματος Ποιότητας, σύμφωνα με το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2008.

Από τον Απρίλιο του 2012 διαθέτει Πιστοποίηση Διαχείρισης Συστήματος Ποιότητας από το **Φορέα Πιστοποίησης DQS σύμφωνα με το πρότυπο DIN EN ISO 9001:2008.**

Η συγκεκριμένη πιστοποίηση τεκμηριώνει με αντικειμενικό τρόπο την ικανότητα του Οργανισμού να παρέχει εκπαιδευτικά προγράμματα με συνέπεια, διασφαλίζοντας συγχρόνως, την ικανοποίηση των απαιτήσεων του καταρτιζόμενου. Παράλληλα, η εφαρμογή του συστήματος, μεριμνά για την τήρηση επιμέρους διεργασιών που εξασφαλίζουν τη διαρκή βελτίωσή του, καθώς και τη συμμόρφωσή του σύμφωνα με τις απαιτήσεις του τελικού αποδέκτη των παρεχομένων υπηρεσιών εκπαίδευσης.

### 3. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα με τίτλο «Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών (Εκμάθηση του Λογισμικού Soft1 CRM)» εντάσσεται στο πλαίσιο των προγραμμάτων Ψηφιακής Πρακτικής και Εκπαίδευσης (Digital Practice & Education – D.P.E.). Αποτελεί την πιο τεκμηριωμένη και επιστημονικά ολοκληρωμένη πρόταση θεωρητικής εκπαίδευσης και πρακτικής κατάρτισης και απευθύνεται σε εκπαιδευόμενους που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν:

- ➔ **Θεωρητική γνώση** σχετικά με το αντικείμενο και τη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων,
- ➔ **Εκμάθηση συγκεκριμένου λογισμικού** της εταιρίας πληροφορικής Softone για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των πωλήσεων και ενεργειών marketing
- ➔ **Δεξιότητες και εμπειρία σε πραγματικά δεδομένα εργασίας (on the job training)** μέσω της Πρακτικής Εφαρμογής του Λογισμικού (case studies) σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ιδιωτικό τομέα.

Η παραπάνω δομή του προγράμματος διασφαλίζει υψηλό επίπεδο παρεχόμενης γνώσης. Σκοπός του προγράμματος είναι ο εκπαιδευόμενος να συνδυάσει και να αξιοποιήσει τα διαφορετικά εργαλεία γνώσης που του παρέχονται έτσι ώστε να δημιουργήσει τις αναγκαίες και ικανές συνθήκες μελλοντικής διασύνδεσής του με την αγορά εργασίας. Συγκεκριμένα:

**Στο πρώτο μέρος του προγράμματος**, ο εκπαιδευόμενος θα έχει τη δυνατότητα να εξοικειωθεί με έννοιες οι οποίες αφορούν τον πελάτη και την πελατοκεντρική φιλοσοφία που διέπει την εξυπηρέτησή του έτσι ώστε ο εκπαιδευόμενος να αντιληφθεί καλύτερα τη σημασία αυτής για τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Θα γνωρίσει, ακόμη, τις βασικές αρχές marketing καθώς και τη συμπεριφορά του καταναλωτή έτσι ώστε να είναι σε θέση να αντιληφθεί τα βήματα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας έρευνας αγοράς. Επιπλέον, θα εμβαθύνει στην έννοια CRM και θα αναπτύξει ικανότητες σχεδιασμού CRM στρατηγικών. Τέλος, θα αναλυθούν τα στάδια του κύκλου ζωής ενός προϊόντος, θα εξετασθεί ο ρόλος της καινοτομίας, διαδικασίες όπως η διαχείριση πωλήσεων και έννοιες όπως ο όρος branding.

**Στο δεύτερο μέρος του προγράμματος,** πραγματοποιείται η εκμάθηση του λογισμικού CRM της εταιρίας Softone. Αρχικά, γίνεται μια εισαγωγή στις βασικές λειτουργίες χειρισμού του προγράμματος και ακολουθεί η εκμάθηση του λογισμικού CRM, το οποίο καλύπτει περιοχές όπως η διαχείριση εργασιών και ενεργειών πωλήσεων και προώθησης, οι καμπάνιες, οι προσφορές και οι ευκαιρίες πώλησης. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι εξοικειώνονται με την παραμετροποίηση του συστήματος, μαθαίνοντας πως γίνεται η εισαγωγή νέων χρηστών, τύπων ενεργειών, τη δημιουργία υποδειγμάτων email κ.τ.λ.

**Τέλος, στο τρίτο μέρος του προγράμματος,** ο εκπαιδευόμενος εξοικειώνεται πλήρως με το λογισμικό και τη πρακτική εφαρμογή του. Οι Μελέτες Περίπτωσης (Case Studies) αποτελούν «προσομοίωση» υπαρκτών προβλημάτων ή καταστάσεων που προκύπτουν στην καθημερινή λειτουργία συγκεκριμένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας. Μέσω αυτών, οι εκπαιδευόμενοι χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο λογισμικό καλούνται να βρουν την ενδεδειγμένη λύση.

Ο εκπαιδευόμενος, μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος, θα έχει λάβει ολοκληρωμένη γνώση γύρω από το Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων, θα είναι σε θέση να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα εργαλεία και τις τεχνικές που συνθέτουν το πλούσιο φάσμα του marketing και της διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων, ενώ θα είναι ικανός να χειριστεί το λογισμικό «Customer Relationship Management»-CRM της Softone, αξιοποιώντας αυτή τη γνώση στο χώρο εργασίας του ή αποκτώντας επιπλέον τυπικά και ουσιαστικά προσόντα τα οποία είναι απολύτως απαραίτητα για μία επιτυχημένη επαγγελματική σταδιοδρομία.

## 4. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΎΝΤΑΞΗΣ

Η έναρξη του Προγράμματος γίνεται με δημόσια αναγγελία (τόσο στον Τύπο, όσο και στο Διαδίκτυο), όπου καθορίζονται οι διαδικασίες που απαιτούνται για την ένταξη του ενδιαφερόμενου στο Πρόγραμμα.

Τα προγράμματα **απευθύνονται:**

- ➔ Σε κάθε εργαζόμενο που χρειάζεται εξειδικευμένες γνώσεις χειρισμού συγκεκριμένου λογισμικού για να τις χρησιμοποιήσει στο χώρο εργασίας του σε συνδυασμό με θεωρητική εκπαίδευση
- ➔ Σε νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας και ανέργους για τους οποίους η εξειδίκευση και ο συνδυασμός θεωρητικής και πρακτικής γνώσης αποτελούν ισχυρό εφόδιο στον αγώνα για την επαγγελματική τους αποκατάσταση

**Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:**

- ➔ απόφοιτοι ΑΕΙ και ΑΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ➔ απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης

**Κριτήρια Επιλογής Υποψηφίων**

- ➔ Βαθμός πτυχίου ή Απολυτηρίου Λυκείου
- ➔ Καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας
- ➔ Επιπρόσθετες γνώσεις και ικανότητες (γνώσεις Η/Υ, συμμετοχή σε σεμινάρια, εργασιακή εμπειρία)

**Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:**

- ➔ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ➔ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ➔ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται μέσω της ιστοσελίδας <http://elearn.elke.uoa.gr> . Η αποδοχή ή η απόρριψή της αίτησης συμμετοχής ανακοινώνεται στον υποψήφιο εκπαιδευόμενο ατομικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

## 5. ΤΟ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

Η επιτυχής ολοκλήρωση των **επτά (7)** θεματικών ενοτήτων που περιλαμβάνει το συγκεκριμένο πρόγραμμα, οδηγεί στη χορήγηση Πιστοποιητικού **Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης** στο γνωστικό αντικείμενο **«Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών (Εκμάθηση του Λογισμικού Soft1 CRM)»**. Το πιστοποιητικό συνυπογράφεται από το

Διευθυντή του Κ.Ε.Κ., τον Ακαδημαϊκό Υπεύθυνο και τον Εκπρόσωπο της Εταιρείας που πραγματοποιήθηκε η Ψηφιακή Πρακτική του Λογισμικού. Συνοδευτικά με το Πιστοποιητικό, χορηγείται στον εκπαιδευόμενο Βεβαίωση Επιτυχούς Παρακολούθησης των ενοτήτων του Λογισμικού που συνυπογράφεται από τον Ακαδημαϊκό Υπεύθυνο και τον Εκπρόσωπο της Εταιρείας Λογισμικού Παρακάτω, παρουσιάζεται αναλυτικά ο τρόπος αξιολόγησης των εκπαιδευομένων.

## 6. ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΦΟΙΤΗΣΗΣ

Η χρονική διάρκεια του Προγράμματος είναι **έξι (6) μήνες**, ενώ ο απαιτούμενος “χρόνος διδασκαλίας” εκτιμάται στις **174 ώρες**.

Η οργάνωση της δομής του προγράμματος εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης βασίζεται σε επίπεδο διδακτικών ενοτήτων. Η εκτίμηση του απαιτούμενου “χρόνου διδασκαλίας” αποσκοπεί στην διευκόλυνση των ενδιαφερομένων αναφορικά με τον υπολογισμό του χρόνου ενασχόλησής τους με το εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Προκύπτει δε, από τον συνολικό αριθμό των διδακτικών ενοτήτων του εκπαιδευτικού υλικού, επί την αναγωγή των απαιτούμενων ωρών διδασκαλίας του σε ώρες δια ζώσης διάλεξης (ανάλογα με τον γνωστικό όγκο και τον βαθμό δυσκολίας του), ανά διδακτική ενότητα. Τα παραπάνω βασίζονται σε εκτιμώμενα στοιχεία, ενώ, όπως είναι ευνόητο, η τελική εκτίμηση του χρόνου ενασχόλησης του εκπαιδευομένου, υπόκειται σε υποκειμενικά στοιχεία, όπως για παράδειγμα το προηγούμενο γνωστικό του επίπεδο και η προσωπική ικανότητα αφομοίωσης γνώσεων.

Το συνολικό κόστος φοίτησης είναι **1.100 ευρώ**. Τα δίδακτρα καταβάλλονται σε τραπεζικό λογαριασμό και εκδίδεται απόδειξη είσπραξης στα στοιχεία του μετέχοντα.

## 7. ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ

Το περιεχόμενο της κάθε θεματικής ενότητας, ανάλογα με το εκπαιδευτικό αντικείμενο, μπορεί να περιλαμβάνει:

➔ **Θεωρία εμπλουτισμένη με εικόνες και links**



- ➔ Παραδείγματα - Υποδειγματικές Ασκήσεις
- ➔ Μελέτες Περίπτωσης
- ➔ Σχήματα-Διαγράμματα-Πίνακες
- ➔ Πρόσθετη Βιβλιογραφία και Δικτυογραφία
- ➔ Βιντεοπαρουσιάσεις
- ➔ Μαγνητοσκοπημένες Διαλέξεις
- ➔ Ασκήσεις Αυτοαξιολόγησης
- ➔ Links σε Εξωτερικές Ιστοσελίδες
- ➔ Πρόσθετα Αρχεία pdf - excel - powerpoint

Μέσω του συγκεκριμένου τρόπου παρουσίασης των θεματικών ενοτήτων επιτυγχάνεται η εμπέδωση της θεωρίας με έναν πιο εποικοδομητικό τρόπο απ' ό τι σε ένα "παραδοσιακού" τύπου έντυπο.

**Παράλληλα, η δομή των μαθημάτων είναι διαμορφωμένη, έτσι ώστε το εκπαιδευτικό υλικό να:**

- ➔ καθοδηγεί το σπουδαστή στη μελέτη του,
- ➔ προάγει την αλληλεπίδραση του σπουδαστή με το μαθησιακό υλικό,
- ➔ επεξηγεί δύσκολα σημεία και έννοιες,
- ➔ αξιολογεί και ενημερώνει το σπουδαστή για την πρόοδο του,
- ➔ εξειδικεύει τις θεωρητικές γνώσεις με τη χρήση πρακτικών εφαρμογών.

## 8. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η διδασκαλία στα προγράμματα Ψηφιακής Πρακτικής & Εκπαίδευσης (Digital Practice & Education – D.P.E.) **διεξάγεται μέσω του διαδικτύου**, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «**αυτονομία**», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό **διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων**. Κατά την εξέλιξη κάθε μαθήματος αναρτώνται σε

σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις (χρονοδιάγραμμα, οδηγοί μελέτης, εργασίες, case studies κλπ) και εξετάσεις. Κάθε εβδομάδα ο εκπαιδευόμενος καλείται να μελετήσει ένα συγκεκριμένο μέρος της ύλης στο οποίο και εξετάζεται μέσω τεστ αξιολόγησης που αναρτώνται στην εκπαιδευτική πλατφόρμα και τα οποία θα πρέπει να υποβάλλονται μέσα στα χρονικά περιθώρια που θέτει ο εκπαιδευτής.

Στο **πρώτο μέρος του Προγράμματος** που αφορά στη Θεωρητική Εκπαίδευση, η **διδασκαλία** γίνεται από **Επιστημονικό προσωπικό του E-Learning του Κέντρου Συνεχιζόμενης Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης του ΕΚΠΑ**. Κατά το διάστημα της θεωρητικής εκπαίδευσης ο εκπαιδευόμενος σε κάθε μάθημα, εφόσον το απαιτεί η φύση του μαθήματος, θα πρέπει να παραδώσει και τελικές εργασίες στις οποίες βαθμολογείται με συντελεστή βαρύτητας.

Στο **δεύτερο μέρος του Προγράμματος** που αφορά στην Εκμάθηση Χρήσης του **Λογισμικού Προγράμματος Softone CRM**, η εκπαίδευση πραγματοποιείται από **εξειδικευμένο στέλεχος της Εταιρείας Softone**, που αναλαμβάνει μέσω ειδικά διαμορφωμένου ηλεκτρονικού περιβάλλοντος να επιμορφώσει τους εκπαιδευόμενους σχετικά με την κάθε λειτουργία του λογισμικού πακέτου.

Στο **τρίτο μέρος του Προγράμματος** που αφορά στην Πρακτική Εφαρμογή του **Λογισμικού**, η εκπαίδευση πραγματοποιείται από **Στέλεχος Επιχείρησης** μέσα από **Μελέτες Περίπτωσης (Case Studies)** οι οποίες αποτελούν προσομοιώσεις υπαρκτών προβλημάτων ή καταστάσεων που προκύπτουν κατά την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. *Προκειμένου να ενημερωθείτε για τις Επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο συγκεκριμένο πρόγραμμα επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του προγράμματος. Είναι σημαντικό ότι ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ο ίδιος την Επιχείρηση στην οποία επιθυμεί να κάνει την πρακτική εφαρμογή του λογισμικού από αυτές που είναι διαθέσιμες.*

Σε όλα τα στάδια του Προγράμματος, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τα μαθήματα και τις ασκήσεις αξιολόγησης.

Τέλος, το εκπαιδευτικό υλικό παρέχεται και σε ηλεκτρονική μορφή (e-book), προκειμένου να διευκολυνθούν οι εκπαιδευόμενοι σε περιπτώσεις που προτιμούν την έντυπη έκδοσή του.

## 9. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ (HELP DESK)

Μέσω του ενσωματωμένου στην εκπαιδευτική πλατφόρμα συστήματος επικοινωνίας, ο εκπαιδευόμενος έχει επίσης τη δυνατότητα να απευθυνθεί στην Διοικητική ή Τεχνική Υποστήριξη του προγράμματος, ανάλογα με τη φύση του ζητήματος που τον απασχολεί.

## 10. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Στο **πρώτο μέρος του Προγράμματος που αφορά στη Θεωρητική Εκπαίδευση** ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει σε κάθε διδακτική ενότητα να υποβάλει ένα τεστ αξιολόγησης, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η βαθμολογία προηγούμενων διδακτικών ενότητων ανακοινώνεται στον εκπαιδευόμενο πριν την προθεσμία υποβολής του τεστ της επόμενης ενότητας. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε μαθήματος προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις - τεστ αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος κάθε μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Στο **δεύτερο μέρος του Προγράμματος που αφορά στην Εκμάθηση Χρήσης του Λογισμικού** ο εκπαιδευόμενος λαμβάνει για κάθε διδακτική ενότητα το εκπαιδευτικό υλικό το οποίο καλείται να μελετήσει σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που ορίζεται από τον εκπαιδευτή του και να υποβάλει ένα τεστ αξιολόγησης στο τέλος του δεύτερου μέρους. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%.

Στο **τρίτο μέρος του Προγράμματος που αφορά στην Πρακτική Εφαρμογή του Λογισμικού**, ο εκπαιδευόμενος αξιολογείται μέσα από Μελέτες Περίπτωσης (Case Studies) οι οποίες αποτελούν προσομοιώσεις υπαρκτών προβλημάτων ή καταστάσεων που

προκύπτουν κατά την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Η συνολική βαθμολογία του τρίτου μέρους που κυμαίνεται από 0 έως 100% προκύπτει από το μέσο όρο της βαθμολογίας των επιμέρους Μελετών Περίπτωσης.

Η χορήγηση του Πιστοποιητικού **Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα του πρώτου μέρους και στο δεύτερο και τρίτο μέρος του Προγράμματος βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η βαθμολογία ενός ή περισσότερων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

## 11. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

- ▶ **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης**

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του ΚΕΚ, επικοινωνεί τηλεφωνικά με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετώπισαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

▶ **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

▶ **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

**Προαιρετικά οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να συμμετέχουν:**

▶ **στη διαδικασία αξιολόγησης προτεινόμενων εκπαιδευτικών αντικειμένων**

Η διαδικασία αξιολόγησης των προτεινόμενων εκπαιδευτικών αντικειμένων διεξάγεται ηλεκτρονικά μέσω ειδικά διαμορφωμένου συνδέσμου, όπου ο μετέχων μπορεί να δει σύντομη περιγραφή των εν λόγω προγραμμάτων, καθώς και να υποβάλλει ηλεκτρονικά τη φόρμα ταξινόμησής τους, με βάση το βαθμό προτίμησης που τους αποδίδει. Στοχεύει δε, στη μελέτη και τον σχεδιασμό ενεργειών, προς την κατεύθυνση της **κάλυψης πραγματικών εκπαιδευτικών αναγκών**, σύμφωνα με τη φιλοσοφία του Προγράμματος E-learning του ΕΚΠΑ.

- ▶ **στη διαδικασία αξιολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και της αποτελεσματικότητας των εκπαιδευτικών προγραμμάτων**

Η διαδικασία αξιολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και της αποτελεσματικότητας των εκπαιδευτικών προγραμμάτων διεξάγεται ηλεκτρονικά από τον εκπαιδευόμενο μέσω ειδικά διαμορφωμένου συνδέσμου μετά την περάτωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Στόχος της εν λόγω διαδικασίας αξιολόγησης είναι αφενός η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που εμπλέκονται στη διενέργεια της μαθησιακής διαδικασίας και αφορούν την εκπαιδευτική, γραμματειακή και τεχνική υποστήριξη, και αφετέρου στη μελέτη και το σχεδιασμό ενεργειών προς την κατεύθυνση της **διαρκούς αναβάθμισης** του Προγράμματος e-learning του ΕΚΠΑ, μέσω της ανάπτυξης νέων εκπαιδευτικών εργαλείων για την αποτελεσματικότερη αφομοίωση των προσφερόμενων γνώσεων, καθώς και στη διασφάλιση της πρακτικής εφαρμογής αυτών, σε πραγματικές συνθήκες εργασίας.

- ▶ **στη διαδικασία αξιολόγησης των εκπαιδευτών**

Μετά το τέλος κάθε μαθήματος, ο εκάστοτε εκπαιδευόμενος δύναται να εισέλθει σε συγκεκριμένο δικτυακό τόπο και να απαντάει ανώνυμα, σε ένα ειδικό ερωτηματολόγιο, βάσει του οποίου προκύπτουν χρήσιμα συμπεράσματα, σχετικά με το επίπεδο και την ποιότητα των εκπαιδευτικών υπηρεσιών που παρέχει ο εκπαιδευτής του εκάστοτε μαθήματος.

## 12. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού του Θεωρητικού Μέρους του Προγράμματος 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.

## 13. Ο ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ

Η Ακαδημαϊκή Υπεύθυνη του Προγράμματος είναι η Λέκτορας του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών **Αλεξάνδρα Φραγκουδάκη**, η οποία έχει την ευθύνη για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της ακαδημαϊκής διαδικασίας για το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

## 14. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΎΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

### Α ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

#### **ΜΑΘΗΜΑ - Πελάτης: θεμελιώδης έννοια στο CRM**

##### **Διδακτική Ενότητα 1: Γνωριμία με τους πελάτες**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει τη σημασία που έχει για τη σύγχρονη επιχείρηση η μεθοδευμένη και σε βάθος γνώση του πελάτη της και η κατανόηση των προσδοκιών του. Στόχος είναι αρχικά να παρουσιάσει τις βασικές έννοιες του εσωτερικού πελάτη και της πελατειακής αλυσίδας και στη συνέχεια να αναλύσει βασικούς τύπους πελατών - βάσει των χαρακτηριστικών τους, όπως αυτά εκφράζονται κατά τη συναλλαγή τους με τους άλλους. Τέλος παρουσιάζει τη διαδικασία με βάση την οποία ο πελάτης αγοράζει αλλά και τους ρόλους που μπορεί να πάρει σε μία αγοραστική απόφαση.

##### **Διδακτική Ενότητα 2: Τμηματοποίηση πελατών**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητα είναι να τμηματοποιήσει τους πελάτες καταναλωτικών αγορών με βάση τις πλέον δημοφιλείς δημογραφικές, ψυχογραφικές και συμπεριφορικές μεταβλητές. Στόχος της ενότητας είναι να δώσει την απαραίτητη πληροφόρηση στους εκπαιδευόμενους ώστε να κατανοήσουν ότι θα πρέπει να εντοπίζουν με συγκεκριμένα κριτήρια τους πελάτες στους οποίους επιλέγουν να παρέχουν τις υπηρεσίες τους.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Το management των πελατών**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να επισημάνει αφενός τα χαρακτηριστικά και τις κατηγορίες πληροφοριών που πρέπει να περιλαμβάνονται σε μία καλοσχεδιασμένη βάση δεδομένων και αφετέρου τον τρόπο αξιοποίησης όλων αυτών των πληροφοριών για την ανάλυση της συμπεριφοράς των πελατών και την επιλογή των πελατών – στόχο. Μετά την κατάλληλη επιλογή, να παρουσιάσει τη σημασία της αξιοποίησης από την επιχείρηση των αμέτρητων στιγμών αλήθειας στην επαφή με τον πελάτη.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Απόκτηση νέων πελατών**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει αφενός τη σημασία που έχει η διατήρηση μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες για την κερδοφορία και την επιβίωση μιας επιχείρησης και αφετέρου τη διαδικασία της προσέλκυσης νέων πελατών.

### **Διδακτική Ενότητα 5: Περί της εξυπηρέτησης**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια της εξυπηρέτησης της πελατείας και την κεφαλαιώδους σημασίας αξία της για την επιχείρηση, που αποκομίζει τεράστια οφέλη από την εξ αρχής σωστή παραμετροποίησή της, λόγω της αφοσίωσης που αποκτά από τους πελάτες της. Στόχος είναι αρχικά να παρουσιάσει την εξυπηρέτηση, ως αναγκαιότητα της εποχής που διανύουμε, τα είδη της και τις μορφές των επιχειρήσεων, αναλόγως της σημασίας που της προσδίδουν. Τέλος, παρουσιάζει τις υποχρεώσεις για εξυπηρέτηση που έχει η επιχείρηση, μετά από την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών στην πελατεία της καθώς και τα κριτήρια με βάση τα οποία οι πελάτες αξιολογούν την εξυπηρέτηση που λαμβάνουν.

### **Διδακτική Ενότητα 6: Περί της πελατοκεντρικής φιλοσοφίας και προσέγγισης**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την έννοια της κουλτούρας της εξυπηρέτησης ως του βασικού συστατικού της πελατοκεντρικής φιλοσοφίας και προσέγγισης της επιχείρησης, καθώς επίσης τη σπουδαιότητα του οράματος και της αποστολής της επιχείρησης στην εμπλοκή του ανθρώπινου δυναμικού για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης. Στόχος είναι αρχικά να παρουσιάσει την κουλτούρα ως την απαραίτητη νοοτροπία και τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης που επιθυμεί να έχει στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων της τον πελάτη, τους τρόπους με τους οποίους η διοίκηση αποδεικνύει τη δέσμευσή της προς την κατεύθυνση της κουλτούρας εξυπηρέτησης, καθώς και την απαιτούμενη ευαισθητοποίηση στα αποτελέσματα των



ερευνών σχετικά με την επίτευξη των επιδιωκόμενων στόχων. Τέλος, παρουσιάζει τη σημασία και το ρόλο που διαδραματίζει στην πελατοκεντρική προσέγγιση το όραμα της επιχείρησης, καθώς και τους τρόπους δημιουργίας ενός σωστά διατυπωμένου οράματος, σαφούς και κατανοητού για όλο το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης.

### **Διδακτική Ενότητα 7: Τα βήματα της πελατοκεντρικής φιλοσοφίας**

Σκοπός αυτής της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιάσει την αναγκαιότητα των αλλαγών στις οποίες θα πρέπει να προχωρήσουν οι επιχειρήσεις, που επιθυμούν να προσανατολιστούν στην κατεύθυνση της ικανοποίησης των αναγκών του πελάτη και της αποτελεσματικής εξυπηρέτησής του. Επιπρόσθετα, τις πηγές και τους τύπους των αλλαγών, καθώς και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η επιχείρηση στην προσπάθειά της να εφαρμόσει προγράμματα αλλαγών με στόχο την αλλαγή πορείας από την εσωστρέφεια στην εξωστρέφεια. Στόχος είναι να αναλυθούν οι λόγοι που επιβάλλουν τις αλλαγές στις επιχειρήσεις, καθώς και οι τρόποι, μέσω των οποίων το ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων θα ευαισθητοποιηθεί προκειμένου να ανταποκριθεί θετικά στις αλλαγές. Επίσης, στόχος είναι να παρουσιαστούν τα βήματα της ανάπτυξης μιας πελατοκεντρικής προσέγγισης, που θα δώσει στην επιχείρηση προβάδισμα και συγκριτικό πλεονέκτημα μεταξύ των επιχειρήσεων με τις οποίες δραστηριοποιείται στο περιβάλλον.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Έρευνα Μάρκετινγκ: Ένα Πολύτιμο Εργαλείο**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Το Μείγμα Μάρκετινγκ**

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιαστεί, να αναπτυχθεί και να εξεταστεί η φύση και η αναγκαιότητα του μάρκετινγκ. Έτσι, μέσω της διαχρονικής εξέλιξης της επιχειρηματικής δράσης, γίνεται αναφορά στο τι αποτελεί μάρκετινγκ σήμερα και το τι είναι και ποιά στοιχεία αποτελούν το μείγμα του μάρκετινγκ. Για κάθε στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να ληφθούν οι κατάλληλες αποφάσεις προκειμένου η επιχείρηση να μπορέσει να πετύχει τους στόχους της και να εξασφαλίσει την ανάπτυξη και την επιβίωση της.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Ανάλυση Περιβάλλοντος και Ανταγωνισμού - Έμφαση στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις**

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιάσει για τον επιχειρηματία την ανάγκη μελέτης του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης πριν ξεκινήσει

οποιαδήποτε επιχειρηματική δράση. Έτσι, αναλύονται οι συνιστώσες του εξωτερικού περιβάλλοντος, ορίζεται η σπουδαιότητα τους, και παρέχεται η κατάλληλη γνώση που επιτρέπει την προσαρμογή της επιχείρησης στις εξωτερικές συνθήκες μέσω της διαδικασίας της τμηματοποίησης, της στόχευσης και της τοποθέτησης. Στη συνέχεια, παρέχονται στρατηγικές που θα πρέπει να ακολουθηθούν ανάλογα με τις συνθήκες του περιβάλλοντος, και αναλύεται η φύση των ΜΜΕ επιχειρήσεων, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τους, καθώς και οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Αρχές Συμπεριφοράς Καταναλωτή**

Η ενότητα αυτή επιδιώκει να παραθέσει τις βασικές αρχές της μελέτης της συμπεριφοράς του καταναλωτή και να υποδείξει την αναγκαιότητα για μελέτη του τρόπου λήψης των αγοραστικών αποφάσεων της αγοράς-στόχου. Έτσι λοιπόν, αναλύονται τα στάδια της αγοραστικής απόφασης όπως επίσης και οι πηγές από τις οποίες ο καταναλωτής επηρεάζεται και που θα πρέπει να επιχειρείται ο προσδιορισμός τους. Στη συνέχεια γίνεται εστιασμός στη διαδικασία της αγοραστικής απόφασης, τονίζεται η ανάγκη για προσδιορισμό του βαθμού ανάμειξης του καταναλωτή με αυτήν, παρουσιάζονται η θεωρία των πολυκριτηριακών μοντέλων απόφασης, στρατηγικές για την αξιοποίησή τους, καθώς επίσης και οι βασικοί κανόνες επιλογής προϊόντος.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Εισαγωγή στην Έρευνα Αγοράς**

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιαστεί το τί είναι και τί δεν είναι η έρευνα αγοράς. Έτσι, αρχικά θα δούμε ποιά είναι η αξία της έρευνας μάρκετινγκ στον στρατηγικό σχεδιασμό. Στην συνέχεια αναφέρουμε πώς συνδέεται με τον εντοπισμό πιθανών ευκαιριών και απειλών τις οποίες η επιχείρηση οφείλει να εντοπίσει αλλά και πώς οφείλει η επιχείρηση να αξιοποιεί τα αποτελέσματα της προκειμένου να βελτιώνει την δράση της. Στην συνέχεια παρέχουμε έναν ολοκληρωμένο ορισμό και παραθέτουμε τις αρχές πάνω στις οποίες στηρίζεται και τις οποίες αναλύουμε διεξοδικά. Αναφερόμαστε στην διάκριση μεταξύ δεδομένων και πληροφορίας και κάνουμε ιδιαίτερο λόγο για την σημασία της ανάδρασης.

### **Διδακτική Ενότητα 5: Σχεδιάζοντας μια Έρευνα Μάρκετινγκ**

Η ενότητα αποσκοπεί στο να βοηθήσει τον εκπαιδευόμενο να κατανοήσει ποιά είναι τα απαραίτητα βήματα για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας έρευνας αγοράς. Το σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον απαιτεί έρευνες αγοράς σωστά ορισμένες και

υλοποιημένες που θα δώσουν ξεκάθαρα αποτελέσματα τα οποία θα διευκολύνουν την λήψη των αποφάσεων και θα μειώνουν το ρίσκο που αυτές ενέχουν. Συνεπώς, εξετάζονται τα βήματα που απαιτούνται και αναλύονται έννοιες και όροι που προκύπτουν. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά στους εξωτερικούς παρόχους υπηρεσιών έρευνας αγοράς και στον τρόπο επιλογής του καταλληλότερου.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Στρατηγική και Εφαρμογές της CRM φιλοσοφίας και προσέγγισης**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Η έννοια της αξίας στο μάρκετινγκ – value based marketing**

Σκοπός της πρώτης διδακτικής ενότητας είναι να γνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι τη νέα προσέγγιση στο μάρκετινγκ, σύμφωνα με την οποία οι ενέργειες μάρκετινγκ πρέπει να δημιουργούν αξία στους μετόχους της επιχείρησης. Στα πλαίσια της πρώτης διδακτικής ενότητας θα παρουσιαστούν οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάγκη υιοθέτησης μιας διαφορετικής προσέγγισης στο μάρκετινγκ, του Value Based Marketing, αλλά και τα κυριότερα χαρακτηριστικά της. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι η μέτρηση όχι μόνο της αποδοτικότητας, αλλά και της αποτελεσματικότητας των ενεργειών μάρκετινγκ, ο μακροχρόνιος χαρακτήρας και η ανάγκη αλλαγής της οργανωτικής κουλτούρας.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Νέες μορφές marketing – RELATIONSHIP MARKETING**

Στην πρώτη διδακτική ενότητα έγινε κατανοητή η ανάγκη δημιουργίας αξίας για τους μετόχους της εταιρίας από τις ενέργειες μάρκετινγκ. Σκοπός της δεύτερης διδακτικής ενότητας είναι να γνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι πώς μέσω της νέας μορφής Μάρκετινγκ που βασίζεται στη δημιουργία και διατήρηση μακροχρόνιων σχέσεων με τον πελάτη, μπορεί μια εταιρία να αυξήσει την αξία των μετόχων της. Στα πλαίσια της δεύτερης διδακτικής ενότητας θα παρουσιαστούν τα κυριότερα χαρακτηριστικά του Relationship Marketing (Σχεσιακό Μάρκετινγκ ή Μάρκετινγκ που βασίζεται στην ανάπτυξη και διατήρηση σχέσεων με τους πελάτες) και θα γίνουν σαφείς οι λόγοι για τους οποίους η επικοινωνία και οι προσπάθειες της εταιρίας πρέπει να συγκεντρώνονται όχι τόσο στην απόκτηση νέων πελατών, αλλά στη διατήρηση των ήδη υπάρχοντων και μάλιστα των πιο κερδοφόρων από αυτούς.

### **Διδακτική Ενότητα 3: CRM εισαγωγή στην έννοια**

Η τρίτη διδακτική ενότητα εμβαθύνει στην έννοια της ανάπτυξης σχέσεων με τον πελάτη και παρουσιάζει την έννοια του Customer Relationship Marketing/ Management (CRM). Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα αυτή ο εκπαιδευόμενος θα γνωρίσει τι είναι το CRM και θα κατανοήσει ότι είναι κάτι περισσότερο από κάποιο τεχνολογικό σύστημα, είναι μια ολόκληρη στρατηγική και φιλοσοφία που πρέπει να υιοθετηθεί από ολόκληρη την επιχείρηση. Επιπλέον, θα παρουσιαστεί αναλυτικά ποια ανάγκη οδήγησε την επιχείρηση να στραφεί σε αυτή την προσέγγιση και θα εξεταστεί το τι ακριβώς κάνουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να προσεγγίσουν, να ικανοποιήσουν και να διατηρήσουν τον πελάτη. Τέλος, θα αναλυθούν τα κυριότερα οφέλη που συνεπάγεται η στρατηγική CRM και μέσω παραδειγμάτων θα αποδειχτεί η σημασία της υιοθέτησής της από τη σύγχρονη επιχείρηση.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Εφαρμόζοντας επιτυχώς CRM στρατηγικές**

Στην τέταρτη διδακτική ενότητα μελετάται η διαδικασία που πρέπει να ακολουθούν οι επιχειρήσεις για να εφαρμόζουν επιτυχώς το CRM. Παρουσιάζονται τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση τόσο στο σχεδιασμό της CRM στρατηγικής της, όσο και στην υλοποίησή της. Ταυτόχρονα εξετάζονται τα κυριότερα λάθη των εταιριών στην προσπάθεια υιοθέτησης του CRM, τα οποία εξηγούν και τα υψηλά ποσοστά αποτυχίας και αναποτελεσματικότητας των CRM συστημάτων.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Μίγμα Marketing και Επιχειρηματική Ανάπτυξη**

### **Διδακτική Ενότητα 1: Προϋπολογισμός και Τεχνικές Πωλήσεων**

Στα πλαίσια της παρούσας ενότητας θα ασχοληθούμε αρχικά με εισαγωγικά ζητήματα που σχετίζονται με τη διαχείριση των πωλήσεων και εν συνεχεία θα επικεντρωθούμε με ζητήματα που άπτονται του τρόπου επίτευξης μιας δυναμικής σε επίπεδο επίτευξης πωλήσεων. Επίσης θα δούμε πως συνδέεται η κατά Pareto αποτελεσματικότητα με τις πωλήσεις, καθώς τον τρόπο δημιουργίας του προϋπολογισμού των πωλήσεων. Τέλος θα εντυφλήσουμε στις κυριότερες τεχνικές πωλήσεων, που είναι απαραίτητες για την αύξηση του επιπέδου των πωλήσεων.

### **Διδακτική Ενότητα 2: Εξειδικευμένες Διαδικασίες Πωλήσεων**

Σε αυτή τη διδακτική ενότητα θα επικεντρωθούμε σε εξειδικευμένα ζητήματα που σχετίζονται με τη διαδικασία των πωλήσεων. Πιο συγκεκριμένα, θα αναλύσουμε τον τρόπο πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών σε οργανισμούς, καθώς και την πρακτική του B2B

marketing που αποτελεί και τη σημαντικότερη δράση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στη συνέχεια θα ασχοληθούμε τον τρόπο που θα πρέπει να κλείσει αποτελεσματικά μια συναλλαγή πώλησης και τέλος θα διεισδύσουμε τη διαδικτυακή πώληση που αποτελεί και το μέλλον των πωλήσεων.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Κύκλος Ζωής του Προϊόντος και Καινοτομία**

Θα ξεκινήσουμε την ανάλυση της εν λόγω διδακτικής ενότητας με τη συσχέτιση των βασικών εννοιών – προϊόν, υπηρεσία, ιδέα – στα πλαίσια του marketing θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση των σταδίων του κύκλου ζωής του προϊόντος, εξηγώντας πότε θα πρέπει ένα προϊόν να εισέρχεται και να αποσύρεται στην αγορά και αναλύοντας τη σημασία και το ρόλο της καινοτομίας τόσο στην εξέλιξη των προϊόντων, όσο και στην απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Υπηρεσίες και Branding**

Στα πλαίσια της εν λόγω διδακτικής ενότητας θα ξεκινήσουμε την ανάλυση μας με τη σημασία των υπηρεσιών στην οικονομική ανάπτυξη, θα δούμε ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και θα παραθέσουμε μια κατάταξη με τις σημαντικότερες υπηρεσίες. Στη συνέχεια θα εξηγήσουμε την έννοια και τη σημασία του όρου branding, ενώ θα αναλύσουμε και τις σημαντικότερες στρατηγικές branding.

### **Διδακτική Ενότητα 5: Προώθηση**

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα ασχοληθούμε με την προώθηση του προϊόντος που αποτελεί ένα από τα 4 P του μίγματος marketing. Πρώτα από όλα θα δούμε με ποιον τρόπο επιτυγχάνεται ο προσδιορισμός του κοινού – στόχου (target group) και εν συνεχεία τα ασχοληθούμε με τον τρόπο κατάρτισης του προϋπολογισμού προώθησης και την ανάλυση του σχεδίου προώθησης των προϊόντων. Τέλος θα δούμε το ρόλο που παίζουν τα σύγχρονα και παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης στην επίτευξη του σχεδίου προώθησης και της αύξησης των πωλήσεων.

## **B ΜΕΡΟΣ: ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ**

### **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ Softone CRM**

Το Β' μέρος της εκμάθησης χρήσης λογισμικού προγράμματος αποτελείται από δύο μέρη-μαθήματα. Στο πρώτο μέρος-μάθημα γίνεται μια εισαγωγή στις βασικές λειτουργίες του

προγράμματος ενώ στο δεύτερο γίνεται η γνωριμία με τους τύπους και τις σειρές ενεργειών CRM και αναλύεται η παραμετροποίηση της εφαρμογής.

## **ΜΑΘΗΜΑ - Εισαγωγή – Βασικές οδηγίες χειρισμού**

**Διδακτική Ενότητα 1: Τρόπος λειτουργίας και βασικά εργαλεία χειρισμού**

**Διδακτική Ενότητα 2: Εξειδικευμένα εργαλεία χειρισμού**

## **ΜΑΘΗΜΑ - Εκμάθηση Λογισμικού Soft1 CRM**

**Διδακτική Ενότητα 1: Εργασίες-Ενέργειες CRM**

**Διδακτική Ενότητα 2: Καμπάνιες-ευκαιρίες πώλησης**

**Διδακτική Ενότητα 3: Παραμετροποίηση (τύποι ενεργειών, χαρακτηρισμοί, υποδείγματα e-mail)**

## **Γ ΜΕΡΟΣ: ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ Softone CRM ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ON THE JOB TRAINING)**

**Μελέτη Περίπτωσης (Case Study) 1**

**Μελέτη Περίπτωσης (Case Study) 2**

**Μελέτη Περίπτωσης (Case Study) 3**

*Τα Case Studies καθώς και τα δεδομένα που θα χρησιμοποιήσετε στο Γ Μέρος, διαφοροποιούνται ανάλογα με την Επιχείρηση που θα επιλέξετε κατά τη διαδικασία της αίτησής σας. Η διαθεσιμότητα των Επιχειρήσεων δύναται να μεταβάλλεται ανά εκπαιδευτικό κύκλο.*

## 15. ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

<p>ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΚΕΝΤΡΟ ΣΥΝΕΧΙΖΟΜΕΝΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ</p>		
<p><b>ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗΣ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ</b></p>		
<p>Ο/Η .....</p>		
<p>Παρακολούθησε επιτυχώς το Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης με τίτλο:</p>		
<p><b>“Ολοκληρωμένη Διαχείριση Πελατών”</b></p>		
<p>με εκμάθηση του λογισμικού</p>		
<p><b>Soft1 CRM</b></p>		
<p>που διατέθηκε στο Ακαδημαϊκό Έτος 2013 και οργανώθηκε στο Κέντρο Συνεχίζουσας Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών στο πλαίσιο του Προγράμματος Συμπληρωματικής Εκπαίδευσης με τη χρήση Καινοτόμων Μεθόδων εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης</p>		
<p>Η Πρακτική Εφαρμογή του Λογισμικού πραγματοποιήθηκε μέσω της Εταιρείας .....</p>		
<p>Ο Διευθυντής του Κ.Ε.Κ.</p>	<p>Ο Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος του Προγράμματος</p>	<p>Ο Εκπρόσωπος της Εταιρείας που Πραγματοποιήθηκε η Πρακτική Εφαρμογή του Λογισμικού</p>