



ΑΤΕΙ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΕΞΑΜΗΝΟ: Ε΄

ΔΙΔΑΣΚΟΥΣΑ: ΑΙΜΙΛΙΑ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ (MSC)

ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να εισαγάγει τον φοιτητή στις βασικές έννοιες της διαφήμισης και να γίνει κατανοητή η στενή σχέση της στρατηγικής της διαφήμισης και της στρατηγικής του marketing. Θα μελετηθούν τα είδη της διαφήμισης και όλα τα στάδια της ανάπτυξης και της υλοποίησης μιας διαφημιστικής στρατηγικής. Ο φοιτητής, με την ολοκλήρωση των μαθημάτων πρέπει να είναι σε θέση να αναπτύξει, να σχεδιάσει, να υλοποιήσει και να αξιολογήσει ένα αποτελεσματικό διαφημιστικό πρόγραμμα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εβδομάδα 1^η	Εισαγωγή στη διαφήμιση (1)
Εβδομάδα 2^η	Εισαγωγή στη διαφήμιση (2)
Εβδομάδα 3^η	Η σχεδίαση του προγράμματος marketing και του προγράμματος διαφήμισης
Εβδομάδα 4^η	Διαμόρφωση διαφημιστικών στόχων
Εβδομάδα 5^η	Καθορισμός διαφημιστικού προϋπολογισμού
Εβδομάδα 6^η	Η σχεδίαση και η ανάπτυξη της διαφήμισης
Εβδομάδα 7^η	Η διαμόρφωση του περιγράμματος
Εβδομάδα 8^η	Η διαμόρφωση του διαφημιστικού κειμένου
Εβδομάδα 9^η	Η απεικόνιση της διαφήμισης
Εβδομάδα 10^η	Σχεδιασμός για την επιλογή των μέσων μαζικής επικοινωνίας (1)
Εβδομάδα 11^η	Σχεδιασμός για την επιλογή των μέσων μαζικής επικοινωνίας (2)
Εβδομάδα 12^η	Σχεδιασμός για την επιλογή των μέσων μαζικής επικοινωνίας (3)

Εβδομάδα 13^η Έλεγχος αποτελεσματικότητας διαφήμισης

Εβδομάδα 14^η Η διαφήμιση στο διαδίκτυο

ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ

Η βαθμολογία θα είναι ένα άθροισμα της βαθμολογίας της τελικής εξέτασης (60% του τελικού βαθμού) και δύο (2) εβδομαδιαίων εργασιών (20% η καθεμία). Ο παρακάτω πίνακας είναι ενδεικτικός:

Τελική εξέταση	60%
Α΄ Εβδομαδιαία εργασία	20%
Β΄ Εβδομαδιαία εργασία	20%
ΤΕΛΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ	100%

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

Ζώτος Γ.Χ., *Διαφήμιση: Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου*, Εκδόσεις University Studio Press, 2000

Ζώτος Γ.Χ., *Διαφήμιση*, Εκδόσεις University Studio Press, 1992

Καλαϊτζής, Σ. *Η διαφήμιση όπως θα θέλατε να την ξέρετε*, Εκδόσεις Leader Books, 1998

Κουρμούσης Γ.Α., *Διαφήμιση. Από τη θεωρία στην πράξη*, Εκδόσεις Anubis, 1997

Φρίγκας Γ., *Διαφήμιση και Marketing στο διαδίκτυο*, Εκδόσεις Κριτική, 2005

Αγγλόφωνη βιβλιογραφία

Batra R., Myers J. G., Aaker D. A., *Advertising Management* (5th edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1996

Belch, G. E., Belch M. A., *Advertising and Promotion: An integrated Marketing Communications Perspective* (6th edition), New York: McGraw-Hill

Wells W., Burnett J., Moriarty S., *Advertising: Principles and Practice*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1995

Ιστοσελίδες

<http://www.edee.gr>

(Ένωση εταιρειών Διαφήμισης-Επικοινωνίας)

<http://www.eede.gr>

(Ελληνική εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων)

<http://www.sedea.gr>

(Σύλλογος εταιρειών Δημοσκόπησης & Έρευνας Επικοινωνίας)

<http://www.sde.gr>

(Σύλλογος Διαφημιζομένων Ελλάδος)

<http://www.publicity-guide.gr/online/>

(Νέα και σύνδεσμοι για διαφημιστικές εταιρείες)

<http://www.easa-alliance.org>

(European Advertising Standards Alliance)

<http://www.iaaglobal.org>

(International Advertising Association)

<http://www.adage.com>

(Διεθνή νέα για τη διαφήμιση)

<http://www.mediaweek.com>

(Διεθνή νέα για τη διαφήμιση)

<http://www.ipa.co.uk>

(Institute of Practitioners in Advertising)