

**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ
«ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ»**

**ΑΝΑΔΟΧΟΣ: ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΚΕΚ-
ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΙΟΒΕ, ΓΣΕΒΕΕ, ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ,
ΚΑΕΛΕ.**

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ΦΟΡΕΑΣ: ΚΑΕΛΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΟΨΗ – ABSTRACT	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΕΝΟΤΗΤΑ Α: «ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ»	13
A.1 Προτεινόμενος Γενικός Τίτλος του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας/των.....	13
A.2 Ορισμός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας.....	13
A.2.1. Γενική Περιγραφή του περιεχομένου και σκοπός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας	13
A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελματιών, σε τετραψήφια ανάλυση και με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Κλάδων Οικονομίας, σε τουλάχιστον διψήφια ανάλυση.....	14
A.3.1 Αντιστοίχιση με ΣΤΕΠ 92	14
A.3.2 Αντιστοίχιση με ΣΤΑΚΟΔ.....	14
A.4 Ιστορική εξέλιξη του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας.....	15
A.4.1 Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας.....	15
Όλα σχεδόν τα αλφάβητα σήμερα κατάγονται από το φοινικικό το οποίο δημιουργήθηκε γύρω στο 1050 π.Χ.....	15
Τα είδη της γραφής.....	16
A.4.2 Ισχύον νομοθετικό πλαίσιο	18
A.5 Αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας /δυναμική του επαγγέλματος ή/ και ειδικότητας	18
A.5.1 Γενική περιγραφή των τάσεων μεγέθυνσης που διαγράφουν στην ελληνική αγορά οι κλάδοι στους οποίους εντάσσονται οι απασχολούμενοι στο συγκεκριμένο επάγγελμα ή/ και ειδικότητα	18
A.5.2 Είδος επιχειρήσεων όπου εμφανίζεται κατά κύριο το επάγγελμα και αναπτυξιακή δυναμική του επαγγέλματος/ή και της ειδικότητας.....	19
A.6.1 Περιγραφή υπάρχουσας κατάστασης της απασχόλησης	19
A.6.2 Τάσεις.....	20
A.6.3 Προοπτικές	20
A.7 Υφιστάμενες μορφές άσκησης του επαγγέλματος ή /και της ειδικότητας, τάσεις εξέλιξης.....	20
A.7.1 Υφιστάμενες ειδικεύσεις/κατευθύνσεις του επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας.....	21
Μιλώντας για τον τρόπο και τις μεθόδους άσκησης του επαγγέλματος, οι κειμενογράφοι διαφημιστικής πρέπει να έχουν προκαθορισμένες εντολές και ειδικές οδηγίες για τα καθήκοντα τους ανά θέση ευθύνης, σύμφωνα με τα οριζόμενα από την εταιρία στην οποία εργάζονται.	21
A.7.2 Τάσεις εξέλιξης των πιο δυναμικών και πολυπληθών ειδικεύσεων	21
A.8 Ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στο επάγγελμα/ειδικότητα.....	21
A.9 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα, έντυπα ή άλλα μέσα πληροφόρησης ή άλλες πηγές	21
A.9.1 Συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα.....	21
A.9.2 Έντυπα και άλλα μέσα πληροφόρησης.....	22
A.9.3 Άλλες πηγές πληροφόρησης.....	22
A.10 Τυπικές ή θεσμικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος/ειδικότητας	22
A.10.1 Άδειες λειτουργίας	22



A.10.2 Άδειες εργασίας.....	22
<i>Το επάγγελμα του κειμενογράφου διαφημιστικής δεν απαιτεί συγκεκριμένη άδεια εργασίας.....</i>	<i>22</i>
A.10.3 Άλλες προϋποθέσεις άσκησης επαγγέλματος ή/και ειδικότητας.....	22
A.11 Τίτλοι και θέσεις-διαβαθμίσεις στην επαγγελματική ιεραρχία.....	22
A.11.1 Τίτλοι και θέσεις- διαβαθμίσεις επαγγελματικής ιεραρχίας.....	23
A.12 Συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένων υγιεινής και ασφάλειας).....	23
A.13 Δυνατότητες απασχόλησης για άτομα με αναπηρίες.....	23
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ».....	23
B.1 ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ, ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ.....	24
B.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ, ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	29
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ».....	51
Γ.1 ΓΝΩΣΕΙΣ.....	51
Γ.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ.....	75
ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ».....	114
ΕΝΟΤΗΤΑ Ε: «ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ».....	115
E.1 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ.....	115
E.2 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ.....	118
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	121

ΣΥΝΟΨΗ – ABSTRACT

Η παρούσα μελέτη αφορά στην ανάπτυξη του Επαγγελματικού Περιγράμματος «Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής» όπως προτάθηκε και προκηρύχθηκε από το ΕΚΕΠΙΣ. Ενώ ο αρχικός τίτλος του Επαγγέλματος όπως προτάθηκε ήταν «Υπάλληλος Διαφήμισης», κατά την πορεία εκπόνησης του Επαγγελματικού Περιγράμματος, μετά από έρευνα γραφείου και την εξέταση των δεδομένων της αγοράς εργασίας, τις συζητήσεις που πραγματοποιήθηκαν στην ομάδα εργασίας του Ε.Π. αλλά και τις προτάσεις των εκπροσώπων των εργαζομένων και εργοδοτών, αποφασίστηκε ότι ο τίτλος που προαναφέραμε «Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής» είναι πιο δόκιμος και συγκεκριμένος για την περιγραφή του Επαγγέλματος.

Και αυτό διότι οι αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια στην οργάνωση και εξειδίκευση της εργασίας στις διαφημιστικές εταιρίες έχουν διαμορφώσει ένα νέο περιβάλλον στο οποίο συνυπάρχουν περισσότερες από μία ειδικότητες με διαφορετικά επιμέρους χαρακτηριστικά. Ταυτόχρονα καταγράφονται ξεκάθαρες και διακριτές γραμμές όσο αφορά τις λειτουργίες και εργασίες των εργαζομένων στις διαφημιστικές εταιρίες. Γι' αυτό τον λόγο, επιλέξαμε το παρόν περίγραμμα να ασχοληθεί αποκλειστικά με τον Κειμενογράφο Διαφημιστικής, που είναι μία από τις ειδικότητες στον τομέα της διαφήμισης.

Κατόπιν συστηματικής έρευνας, το περίγραμμα περιλαμβάνει τρεις κύριες επαγγελματικές λειτουργίες οι οποίες περιγράφουν με πληρότητα το επάγγελμα του Κειμενογράφου Διαφημιστικής και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα. Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα. Συμμετέχει ενεργά στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής.

This research is about the Professional Outline of the “advertising copywriter” as it was proposed and announced by the EKEPIS. The initial title of Profession was “advertising employee”, though while developing the outline, the data research and examination, the team discussions and the proposals of the workers’ representatives and the employers, suggested to change the Profession to “advertising copywriter” as more cadet and concrete for the description.

The changes that have occurred in the past few years concerning the organisation and specialisation of work in the advertising companies have shaped a new environment in which they coexist more than one professional expertise with different characteristics. The job descriptions and the objectives of the employees working in an advertising agency are plenty. That is why the Profession changed into “advertising copywriter”, which is one of the specialisations of the advertising employees.

During the research, it was decided to include in the outline three main professional operations that fully describe the profession of the “advertising copywriter” and its particular characteristics. The three main professional operations are: a. Creating advertising texts b. checking the advertising texts orthographically and syntactically c. participating in the mapping of the creative strategy.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ/ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΕΣ**Συγκεντρωτική Παρουσίαση Κύριων και Επιμέρους Επαγγελματικών Λειτουργιών και Εργασιών του Περιγράμματος****ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ****ΚΕΛ 1: Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα**

ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες και διαφημιστικό ταχυδρομείο

ΕΕ 1.1.1: Αναζητά στοιχεία και πληροφορίες από το διαδύκτιο

ΕΕ 1.1.2: Συνομιλεί με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο

ΕΕ 1.1.3: Αναζητά συγκεκριμένη βιβλιογραφία από βιβλιοθήκες και τράπεζες πληροφοριών

ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα

ΕΕ 1.2.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής ηθοποιών

ΕΕ 1.2.2: Συνεργάζεται με εταιρίες παραγωγής

ΕΕ 1.2.3: Αποδίδει τις λέξεις και το προφορικό περιεχόμενο που συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία μιας διαφήμισης

ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα

ΕΕ 1.3.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής εκφωνητών

ΕΕ 1.3.2: Φροντίζει να τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που έχουν τεθεί από τον πελάτη και αφορούν στην παραγωγή του μηνύματος

ΕΕ 1.3.3: Επιβλέπει και κατευθύνει τη φάση της παραγωγής

ΚΕΛ 2: Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα

ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει και επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες, κ.ά.

ΕΕ 2.1.1: Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της Νέας Ελληνικής Γραμματικής

ΕΕ 2.1.2: Γνωρίζει τη δομή και το περιεχόμενο της Ελληνικής Γλώσσας

ΕΕ 2.1.3: Μαθαίνει εξειδικευμένη ορολογία

ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας – γλώσσας, στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα

ΕΕ 2.2.1: Αναπτύσσει εναλλακτικούς τρόπους πληροφόρησης

ΕΕ 2.2.2: Προσαρμόζει τη γλώσσα ώστε να ανταποκρίνεται στο διαθέσιμο χρόνο για το διαφημιστικό μήνυμα

ΕΕ 2.2.3: Ενημερώνεται για θέματα της επικαιρότητας και χρησιμοποιεί φράσεις που αποτυπώνονται εύκολα

ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη

ΕΕ 2.3.1: Ενημερώνεται για το επιχειρηματικό υπόβαθρο και την εικόνα κάθε πελάτη που αντιπροσωπεύει

ΕΕ 2.3.2: Εντοπίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία

ΕΕ 2.3.3: Χρησιμοποιεί συγγραφικές τακτικές για να περάσει συγκεκριμένα μηνύματα

ΚΕΛ 3: Συμμετέχει ενεργά στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής

ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών

ΕΕ 3.1.1: Υποβάλλει τις ιδέες του και την πρόοδο της εργασίας του

ΕΕ 3.1.2: Προσαρμόζει την επικοινωνιακή προσέγγιση ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη και διορθώνει τυχόν ασυνέπειες

ΕΕ 3.1.3: Συντονίζει την παρουσίαση και τη συνοχή του οπτικοακουστικού υλικού

ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας

ΕΕ 3.2.1: Παρουσιάζει και υποστηρίζει το δημιουργικό προϊόν

ΕΕ 3.2.2: Συνεργάζεται με τον πελάτη για να αποφασίσουν τα στοιχεία του προϊόντος που θα τονιστούν στο διαφημιστικό μήνυμα

ΕΕ 3.2.3: Τροποποιεί ή αναθεωρεί ιδέες και κείμενα

ΕΕΛ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής

ΕΕ 3.3.1: Προτείνει και του προτείνουν δημιουργικές προσεγγίσεις για την κάθε ιδέα

ΕΕ 3.3.2: Αξιολογεί καλλιτεχνικές παραγωγές

ΕΕ 3.3.3: Δημιουργεί εναλλακτικές προτάσεις σε για το προϊόν συνεργασία με την εταιρία παραγωγής, για τον πελάτη

ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Συγκεντρωτική Παρουσίαση των Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων του Περιγράμματος

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ -ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.

Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.

Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Βασικές αρχές επικοινωνίας.

Βασικές αρχές μάρκετινγκ.

Αρχές δημιουργικής γραφής.

Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.

Αρχές μαζικής επικοινωνίας.

Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.

Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.

Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.

Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.

Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.

Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.

Τεχνικές παραγωγής.

Τεχνικές παρουσιάσεων.

Δημόσιες σχέσεις.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Βασικές γνώσεις ιστορίας της γλώσσας.

Ψυχολογία.

Κοινωνιολογία.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Κριτική ικανότητα.

Οργανωτικότητα.

Επικοινωνία.

Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων

Κοινωνική αντίληψη.

Διαχείριση χρόνου.

Ομαδική εργασία.

Ενεργός ακρόαση.

Λήψη αποφάσεων και πρωτοβουλιών.

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών.

Φαντασία.

Δημιουργικότητα.

Καλή μνήμη.

Ευελιξία κατηγοριοποίησης.

Ταυτοποίηση πληροφοριών.

Στρατηγική σκέψη.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ

1^η διαδρομή: Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - Αρχική επαγγελματική κατάρτιση στις ειδικότητες Ειδικός Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων και Ειδικός πωλήσεων του Τομέα Οικονομίας και Διοίκησης, όπου οι απόφοιτοι λαμβάνουν Δίπλωμα Επαγγελματικής Κατάρτισης επιπέδου 3+, μετά από εξετάσεις στον ΟΕΕΚ και 6 μήνες πρακτική άσκηση σε σχετικό περιβάλλον.

2^η διαδρομή: Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης – Πιστοποιητικό παρακολούθησης σεμιναρίων δημιουργικής γραφής, ημερίδων και εκπαίδευσης πάνω σε θέματα διαφήμισης και κειμενογραφίας και 3 χρόνια εμπειρία συναφούς ειδικότητας.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ

Γραπτές και προφορικές εξετάσεις

Τεστ πολλαπλών απαντήσεων

Εκπόνηση εργασιών

Παρατήρηση εκτέλεσης εργασίας

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Συνέντευξη

Παρατήρηση εκτέλεσης εργασίας

Αξιολόγηση τεχνικών δεξιοτήτων

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ: Ειδικά για τις ικανότητες διευκρινίζεται ότι η αξιολόγησή τους είναι ευαίσθητη διαδικασία και ότι μπορούν να εκτιμηθούν αποκλειστικά από την εφαρμογή σταθμισμένων και αξιόπιστων εργαλείων. Διεθνώς για τον σκοπό αυτό έχουν αναπτυχθεί διάφορα ψυχομετρικά εργαλεία (τεστ ικανοτήτων). Τα «τεστ ειδικών ικανοτήτων» μετρούν μία μόνο συγκεκριμένη ικανότητα, ενώ οι «συστοιχίες πολλαπλών ικανοτήτων» καταλήγουν σε ένα ατομικό προφίλ, με ξεχωριστή βαθμολογία για έναν αριθμό ικανοτήτων. Ενδεικτικά τεστ ικανοτήτων είναι τα εξής: Differential Aptitude Test (DAT), και Generic Aptitude Test Battery (GATB), Comprehensive Ability Battery (CAB), SRA Mechanical Aptitude, Minnesota Paper Form Board.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις εκπροσώπησης εργαζομένων και εργοδοτών που υπογράφουν την ΕΓΣΣΕ ΓΣΕΒΕΕ, ΓΣΕΕ, ΕΣΕΕ και ΣΕΒ, σε σύμπραξη με τα ερευνητικά ή εκπαιδευτικά κέντρα ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ, ΚΕΚ ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, ΚΑΕΛΕ και ΙΟΒΕ, ανέλαβαν από το Υπουργείο Απασχόλησης – ΕΚΕΠΙΣ, στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενης από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο δράσης, να αναπτύξουν 145 επαγγελματικά περιγράμματα μεταξύ των οποίων και το επαγγελματικό περίγραμμα του «Κειμενογράφου Διαφημιστικής» στο οποίο αναφέρεται η παρούσα μελέτη.

Η συνεργασία των αναδόχων φορέων αποβλέπει στην ανάπτυξη και πιστοποίηση «Επαγγελματικών Περιγραμμάτων», στο πλαίσιο της διά βίου εκπαίδευσης και κατάρτισης και αποτελεί απαραίτητο βήμα για τη λειτουργία του Εθνικού Συστήματος Σύνδεσης της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης με την Απασχόληση (ΕΣΣΕΕΚΑ).

Με αυτή τη συνεργασία των Κοινωνικών Φορέων επιδιώκεται η ουσιαστική σύνδεση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις ανάγκες των εργαζομένων και των επιχειρήσεων και γενικότερα της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Η ανάπτυξη του επαγγελματικού περιγράμματος του «Κειμενογράφου Διαφημιστικής» έγινε υπό το συντονισμό του ΚΑΕΛΕ. Υπεύθυνος έργου εκ μέρους του ΚΑΕΛΕ ήταν ο κ. Α. Κόνσολας.

Συντονιστής και επιμελητής του περιγράμματος ήταν η κα Μαρίνα Καραστεργίου. Συντάκτες και συγγραφείς ήταν ο κ. Νικόλαος Φιλιππίδης και η κα Μαρίνα Καραστεργίου. Την προσέγγιση των εργαζομένων για το περίγραμμα και το αναλυτικό του περιεχόμενο την διατύπωσε γνωμοδοτώντας ο κ. Γεώργιος Στάβαρης. Την προσέγγιση των εργοδοτών για το περίγραμμα και το αναλυτικό του περιεχόμενο την διατύπωσε γνωμοδοτώντας ο κ. Κωνσταντίνος Ελευθερίου.

Το μεθοδολογικό πλαίσιο στο οποίο βασίστηκε η παρούσα μελέτη έχει αναπτυχθεί στον σχετικό «ΟΔΗΓΟ¹ που εξέδωσαν το 2007 οι συνδικαλιστικές οργανώσεις εκπροσώπησης εργαζομένων και εργοδοτών που υπογράφουν την ΕΓΣΣΕ. Η ανάπτυξη των περιγραμμάτων γίνεται βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, όπως αυτές προσδιορίζονται στην ΚΥΑ [110998/ 08.05.06 (ΦΕΚ 566Β')] και το Αναλυτικό Τεύχος της Προκήρυξης για τη διεξαγωγή Ανοικτού Διεθνούς Διαγωνισμού Αριθ.32/2009 με τίτλο «Ανάπτυξη 145 Επαγγελματικών Περιγραμμάτων»,

Βάσει των ανωτέρω, η περιγραφή των επαγγελματικών περιγραμμάτων ακολουθεί τους εξής πέντε άξονες:

Ενότητα Α: Τίτλος και ορισμός του επαγγέλματος / ειδικότητας.

Ενότητα Β: Ανάλυση του επαγγέλματος / ειδικότητας - «προδιαγραφές».

Ενότητα Γ: Απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες, ικανότητες για την άσκηση του επαγγέλματος/ ειδικότητας.

Ενότητα Δ: Προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων.

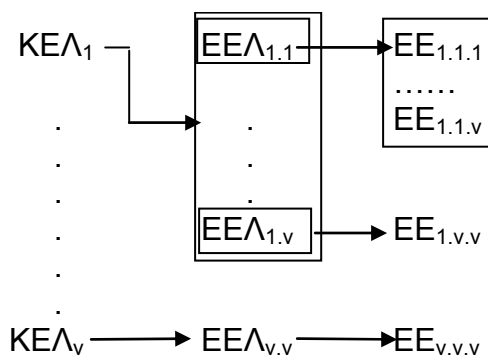
Ενότητα Ε: Ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων.

¹ Ο Οδηγός για την ανάπτυξη και τις προδιαγραφές των επαγγελματικών περιγραμμάτων συντάχθηκε το 2007 από την παρακάτω ομάδα εργασίας των ΓΣΕΕ-ΣΕΒ-ΓΣΕΒΕΕ-ΕΣΕΕ: Δημούλας Κώστας (Επιμέλεια), Βαρβιτσιώτη Ρένα, Σπηλιώτη Χριστίνα (Συγγραφείς), Τολιδής Γιάννης (Ανάπτυξη και Συγγραφή Ερωτηματολογίου Περιγραφής Επαγγέλματος), Ασπρος Δημήτρης (Παράδειγμα Επαγγελματικού Περιγράμματος).

Στην ενότητα Α αναλύονται οι γενικότερες συνθήκες του επαγγέλματος, οι τεχνολογικές αλλαγές που το επηρεάζουν, οι γενικότερες αλλαγές που παρατηρούνται, οι προοπτικές του επαγγέλματος στην αγορά εργασίας και των κλάδων δραστηριότητας στους οποίους ασκείται, καθώς και οι ρυθμίσεις που ισχύουν σχετικά με την άσκηση του επαγγέλματος

Στην ενότητα Β το επάγγελμα αναλύεται σε κύριες επαγγελματικές λειτουργίες (ΚΕΛ₁ έως ΚΕΛ_v), κάθε ΚΕΛ αναλύεται σε επιμέρους επαγγελματικές λειτουργίες (ΕΕΛ) και κάθε ΕΕΛ σε επαγγελματικές εργασίες (ΕΕ) (επόμενο διάγραμμα).

Διάγραμμα: Ανάλυση επαγγέλματος σε ΚΕΛ-ΕΕΛ-ΕΕ



Για κάθε δε ΕΕ προσδιορίζονται τα κριτήρια επαγγελματικής ανταπόκρισης και το εύρος εφαρμογής της.

Με βάση αυτή την ανάλυση, στην ενότητα Γ αναλύονται οι απαιτούμενες γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες που είναι απαραίτητες για αποτελεσματική εκτέλεση κάθε επαγγελματικής εργασίας.

Στις ενότητες Δ και Ε προτείνονται διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων και ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων.

Αξιοποιήθηκαν οι ακόλουθες μέθοδοι συλλογής πληροφοριών για το επάγγελμα:

- Η βιβλιογραφική έρευνα γραφείου, για την επισκόπηση της σχετικής με το επάγγελμα βιβλιογραφίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (κλαδικές μελέτες και επαγγελματικές μονογραφίες), τη συγκέντρωση και ανάλυση στατιστικών δεδομένων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας και των στοιχείων που διαθέτουν οι επαγγελματικές και επιστημονικές ενώσεις του επαγγέλματος.
- Μια παραλλαγή της μεθόδου Delphi με βάση ερωτηματολόγιο που συνέταξε η επιστημονική επιτροπή της ένωσης των φορέων.

- Οι συνεντεύξεις με κατόχους θέσεων εργασίας στο επάγγελμα βάσει οδηγού συνέντευξης με προεπιλεγμένους άξονες που συνέταξε η επιστημονική επιτροπή της ένωσης των φορέων.
- Εναλλακτικά της μεθόδου της συνέντευξης χρησιμοποιήθηκε και μέθοδος συμπλήρωσης εξειδικευμένου ερωτηματολογίου με κατόχους θέσεων εργασίας στο επάγγελμα.
- Διαδικασίες ανασκόπησης και ανάδρασης με τις επαγγελματικές οργανώσεις των εργαζομένων και των εργοδοτών κατά τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης.

Η τελική σύνθεση του Επαγγελματικού Περιγράμματος πραγματοποιήθηκε από τον συντονιστή της ομάδας ανάπτυξης του επαγγελματικού περιγράμματος κα Μαρίνα Καραστεργίου υπό την εποπτεία της Ομάδας Ποιότητας του ΚΑΕΛΕ (Βάλια Αρανίτου – Λέκτορας στο Πανεπιστήμιο Κρήτης-, Δήμητρα Γούναρη, Δήμητρα Χριστοπούλου).

Τη συνολική ευθύνη του έργου των 145 επαγγελματικών περιγραμμάτων είχε η Ομάδα Πλοήγησης που συγκροτήθηκε από τους Αναδόχους φορείς και αποτελείται από τους εξής:

Φορέας	Όνοματεπώνυμο
ΚΕΚ-ΙΝΕ/ΓΣΕΕ	Βαρβιτσιώτη Ρένα
ΓΣΕΕ	Καρατράσογλου Ιάκωβος
ΙΟΒΕ	Τορτοπίδης Αντώνης
ΓΣΕΒΕΕ	Λιντζέρης Παρασκευάς
ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ	Αυλωνίτου Αναστασία
ΣΕΒ	Τορτοπίδης Αντώνης
ΕΣΕΕ, ΚΑΕΛΕ	Κόνσολας Αντώνης

Τον έλεγχο ανταπόκρισης του περιγράμματος στις προδιαγραφές του έργου της ανάπτυξης των 145 επαγγελματικών περιγραμμάτων είχε η Επιτροπή Ποιότητας στην οποία συμμετείχαν οι εξής:

Φορέας	Όνοματεπώνυμο
ΚΕΚ-ΙΝΕ/ΓΣΕΕ	Σπηλιώτη Χριστίνα
ΚΕΚ-ΙΝΕ/ΓΣΕΕ	Βαρβιτσιώτη Ειρήνη
ΕΣΕΕ, ΚΑΕΛΕ	Αρανίτου Βάλια
ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ	Βαρδαρός Σταμάτης
ΣΕΒ, ΙΟΒΕ	Τσακανίκας Άγγελος

A.1 Προτεινόμενος Γενικός Τίτλος του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας/των

Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής

A.2 Ορισμός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας**A.2.1. Γενική Περιγραφή του περιεχομένου και σκοπός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας**

Ο αρχικός τίτλος του επαγγέλματος όπως προτάθηκε και προκηρύχθηκε από το ΕΚΕΠΙΣ ήταν «Υπάλληλος Διαφήμισης». Κατά την πορεία εκπόνησης του Επαγγελματικού Περιγράμματος και μετά την εξέταση των δεδομένων της αγοράς εργασίας, τις συζητήσεις που πραγματοποιήθηκαν στην ομάδα εργασίας αλλά και τις προτάσεις των εκπροσώπων των εργαζομένων και εργοδοτών, αποφασίσθηκε ο τίτλος του περιγράμματος να υποστεί μία σχετική επεξεργασία και να διαμορφωθεί ως «Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής». Και αυτό διότι ύστερα από εκτεταμένη έρευνα που στηρίχθηκε στη διεθνή βιβλιογραφία αλλά και στο διαδίκτυο, ο Υπάλληλος Διαφημιστικής είναι μία γενική περιγραφή η οποία χρήζει εξειδίκευσης. Επομένως, καταλληλότερος τίτλος είναι «Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής».

Ο Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής, απασχολείται σε μια διαφημιστική εταιρεία με σκοπό την αναζήτηση των καλύτερων δυνατών ιδεών στο πλαίσιο μιας διαφημιστικής καμπάνιας. Είναι αυτός που προτείνει σενάρια για την παραγωγή ενός διαφημιστικού spot στην τηλεόραση και ραδιόφωνο. Επιπλέον, αναλαμβάνει να βρει ένα ευρηματικό μήνυμα - slogan που θα κάνει μια καμπάνια ελκυστική στο καταναλωτικό κοινό. Οι κειμενογράφοι που απασχολούνται σε χαμηλότερα επίπεδα (όπως ένας junior copywriter) συμμετέχουν στο brainstorming μιας πρότασης, αλλά αναλαμβάνει παράλληλα και την επιμέλεια των κειμένων σε έντυπα, καταχωρήσεις κ.τ.λ. με σκοπό την αποφυγή ορθογραφικών ή γραμματικών λαθών. Η συνεισφορά τους σε μια διαφημιστική εταιρεία είναι εξαιρετικά χρήσιμη, αφού ουσιαστικά από τους ίδιους ξεκινά μια ιδέα. Για το λόγο αυτό πολλές φορές λέμε ότι οι κειμενογράφοι «γεννούν» την ιδέα μιας καμπάνιας.

Α.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελματών, σε τετραψήφια ανάλυση και με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Κλάδων Οικονομίας, σε τουλάχιστον διψήφια ανάλυση

Α.3.1 Αντιστοίχιση με ΣΤΕΠ 92

Η ταξινόμηση του επαγγέλματος βάσει του ΣΤΕΠ 92 υπάγεται σε επίπεδο τριψήφιας ανάλυσης στον κωδικό 251 , δηλαδή στους «Λογιστές και άλλα στελέχη επιχειρήσεων».

Α.3.2 Αντιστοίχιση με ΣΤΑΚΟΔ

Σύμφωνα με τον ΣΤΑΚΟΔ 2008 σε δηψήφια ανάλυση το συγκεκριμένο επάγγελμα υπάγεται στον κωδικό κλάδου 73 Διαφήμιση και έρευνα αγοράς. Αναλυτικά παρατίθενται παρακάτω όλες οι κατηγορίες ΣΤΑΚΟΔ που υπάγονται στον κωδικό 73:

73 Διαφήμιση και έρευνα αγοράς

73.1 Διαφήμιση

73.11 Διαφημιστικά γραφεία

73.11.1 Υπηρεσίες που παρέχονται από διαφημιστικά γραφεία

73.11.11 Υπηρεσίες πλήρους διαφήμισης

73.11.11.01 Υπηρεσίες γραφίστα διαφημίσεων

73.11.11.02 Υπηρεσίες κατασκευής διαφημιστικών πινάκων γενικά (πανό) και επιγραφών

73.11.11.03 Υπηρεσίες καταχώρισης αγγελιών και διαφημίσεων σε εφημερίδες και περιοδικά

73.11.11.04 Υπηρεσίες σχεδιασμού (όχι παραγωγής) διαφημιστικών αντικειμένων ή ταινιών

73.11.11.05 Υπηρεσίες σχεδιασμού διαφημιστικών αφισών

73.11.12 Υπηρεσίες ενεργητικού μάρκετινγκ και αποστολής ατομικών επιστολών

73.11.13 Υπηρεσίες διαφημιστικού σχεδιασμού και εννοιολογικής ανάπτυξης

73.11.19 Άλλες υπηρεσίες διαφήμισης

73.11.19.01 Υπηρεσίες αφισοκολλήσεων

73.11.19.02 Υπηρεσίες διάθεσης ταρατσών και τοίχων κτισμάτων ή περιφράξεων για ανάρτηση διαφημιστικών πινακίδων

73.11.19.03 Υπηρεσίες διανομής διαφημιστικού υλικού (φείγ βολάν κλπ)

73.11.19.04 Υπηρεσίες διανομής διαφημιστικών δειγμάτων

73.11.19.05 Υπηρεσίες διαφημιστικής εκμετάλλευσης πλωτών εξέδρων

73.11.19.06 Υπηρεσίες προβολής αφισών από εναέρια μέσα

73.11.19.07 Υπηρεσίες προώθησης προϊόντων μέσα σε καταστήματα (με διανομή δώρων ή όχι)

Α.4.1 Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας

Γραφή – Επικοινωνία – Διαφήμιση και Γραπτή Επικοινωνία

Η γραφή είναι η τέχνη της χάραξης γραμμικών σχημάτων με την οποία παριστάνονται διάφορα σύμβολα ή εικόνες που έχουν από πριν καθορισμένη σημασία. Με το συνδυασμό αυτών των γραμμάτων δημιουργούνται λέξεις, φράσεις και νοήματα.

Η γραφή χρησιμοποιείται στην προσπάθεια του ανθρώπου να κάνει αντιληπτή τη σκέψη του σε άλλους συνανθρώπους του, να πληροφορήσει, να μεταφέρει τις γνώσεις και τις σκέψεις του σε μεγάλες αποστάσεις και να τις διαιωνίζει. Η γραφή γεννήθηκε από αυτήν την ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία.

Η πρώτη μορφή της ήταν η προσπάθεια πιστής ζωγραφικής αναπαράστασης των διάφορων αντικειμένων του εξωτερικού κόσμου, με την οποία ή εννοούσαν αυτά τα ίδια τα αντικείμενα τα οποία και ζωγράφιζαν ή αντιπροσώπευαν διάφορες άλλες ιδέες και έννοιες. Γι' αυτό το λόγο και η γραφή αυτή ονομάζεται ιδεογραφική και τα γράμματα της γραφής αυτής λέγονται ιδεογραφήματα. Από την ιδεογραφική γραφή προήρθε η ονομαζόμενη εικονογραφική.

Τα συστήματα γραφής είχαν μία εξελικτική πορεία. Προηγήθηκαν τα Εικονογραφικά Συστήματα και ακολούθησαν τα Ιδεογραφικά Συστήματα. Στη συνέχεια αναπτύχθηκε το Συλλαβικό Σύστημα και τελικά προέκυψε το Αλφαβητικό Σύστημα.

Θεωρείται βέβαιο ότι η γραφή άρχισε από το σύστημα μέτρησης των Σουμέριων στην αρχαία Μεσοποταμία. Οι αρχαιότερες σουμεριακές πινακίδες που έχουν ανασκαφεί ως σήμερα ανάγονται στο 3500 π.Χ. Η χρονολογία αυτή γίνεται αποδεκτή σήμερα ως η εποχή εφεύρεσης της γραφής.

Οι περισσότερες γραφές που χρησιμοποιούνται σήμερα, με εξαίρεση κυρίως τα κινέζικα ιδεογράμματα, κατάγονται, μέσα από μια μακρά εξελικτική πορεία, από την σφηνοειδή Σουμεριακή Γραφή.

Όλα σχεδόν τα αλφάβητα σήμερα κατάγονται από το φοινικικό το οποίο δημιουργήθηκε γύρω στο 1050 π.Χ.

Κύριος εκπρόσωπος της εικονογραφικής γραφής είναι η από το 4.000 - 3.000 π.Χ. δημιουργημένη γραφή των αρχαίων Αιγυπτίων, η ονομαζόμενη ιερογλυφική, που κάθε σύμβολο της εκφράζει ή έννοια ή λέξη ή συλλαβή ακόμη και ένα μόνο γράμμα.

Την ίδια εποχή αναπτύχθηκε και το σφηνοειδές σύστημα γραφής από τους κατοίκους της Μεσοποταμίας, που είναι γραφή που αποτελείται από μερικές γραμμές που έχουν λίγη μόνο ομοιότητα με τις παλιές εικόνες. Η γραφή αυτή λέγεται γραμμογραφική και διαιρείται στη συλλαβογραφική γραφή, όταν με κάθε σύμβολο υπονοούσαν μία συλλαβή και τη φθογογραφική, όταν κάθε σύμβολο αποδίνει μόνο ένα φθόγγο.

Τη γραφή αυτή χρησιμοποίησαν και οι πρώτοι κάτοικοι της Ελλάδας. Τη γραφή αυτή διατήρησαν οι Έλληνες σχεδόν ως το 1000 π.Χ., οπότε χρησιμοποίησαν το ονομαζόμενο φθογογραφικό ή ακρόφωνο σύστημα, εξελίξεις του οποίου αποτελούν οι γραφές των Ελλήνων και η από τους Έλληνες παρμένη γραφή των λατινικών λαών, από την οποία προέρχονται όλες σχεδόν οι νεολατινικές γραφές.

Άλλη σπουδαία γραφή, εκτός της ιερογλυφικής και της σφηνοειδούς είναι αυτή που δημιουργήθηκε στον ελλαδικό χώρο. Η Γραμμική Α και η Γραμμική Β αποτελούν εξέλιξη της Κρητικής ιερογλυφικής γραφής.

Άλλες γραφές αξιόλογες, που αναπτύχθηκαν μακριά από το χώρο της Μεσογείου θάλασσας, είναι: η ινδική, η γραφή των Μάγια και των Αζτέκων, η ιαπωνική και η κινεζική.

Η γραφή αποτέλεσε ένα βασικό συντελεστή στην όλη εξέλιξη του ανθρώπινου πολιτισμού. Με τη γραφή έγινε δυνατή η μεταβίβαση της σκέψης των μεγάλων ανδρών και των ανακαλύψεων της επιστήμης που τόσο πολύ συντέλεσαν στην τεχνολογική εξέλιξη και στην ανθρώπινη ιστορία. Γι' αυτό το λόγο η ιστορία, αρχίζει από τότε που έχουμε γραπτά μνημεία.

Γραφή και επικοινωνία

Είναι δύσκολο να αποφύγει κανείς σήμερα την έννοια της επικοινωνίας. Πρόκειται για μια κεντρική έννοια, η οποία μπορεί να συμπεριλάβει τα media, επιστημονικούς κλάδους, πανεπιστημιακές ειδικότητες, επαγγέλματα και διαχείριση ανθρωπίνων πόρων, κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Οι ανθρώπινες σχέσεις βασίζονται στο πεδίο της επικοινωνίας. Κάθε άτομο εκπέμπει σήματα τα οποία όταν γίνουν αντιληπτά, μεταδίδουν ένα μήνυμα σε κάποιον δέκτη. Τα μηνύματα αλλάζουν την πληροφορία αυτού που τα αντιλαμβάνεται και κατά συνέπεια αλλάζουν τη συμπεριφορά του. Η αλλαγή στη συμπεριφορά του αποδέκτη του μηνύματος, με τη σειρά της μπορεί να επηρεάσει τον “πομπό”, αυτόν που εκπέμπει το μήνυμα, με έναν τρόπο αντιληπτό ή όχι. Μερικές φορές οι συνέπειες του μηνύματος είναι άμεσες, ενώ σε άλλες περιπτώσεις απομακρυσμένες, με αποτέλεσμα ένας παρατηρητής να μην καταφέρνει πάντα να συνδέσει τα δύο γεγονότα.

Η αποτελεσματικότερη επικοινωνία σημαίνει επιτυχημένες διαπροσωπικές σχέσεις και σωστή πληροφόρηση. Όλοι οι άνθρωποι κατέχουν τη φυσική ικανότητα να επικοινωνούν. Η επικοινωνία ικανοποιεί εσωτερικές μας ανάγκες, τη φυσική και την κοινωνική μας επιβίωση. Μέσα από την επικοινωνία προσπαθούμε να αισθανθούμε ασφαλείς, να έχουμε αξία για τους άλλους, να σχετιστούμε, να δώσουμε και να πάρουμε πληροφορίες, να εκφραστούμε, να κατανοήσουμε τον κόσμο. Ο όρος επικοινωνία χρησιμοποιείται συχνά από τον κάθε άνθρωπο στη σημερινή κοινωνία.

Ο ορισμός της επικοινωνίας που λίγο ή πολύ μπορεί να θεωρηθεί σαν αντιπροσωπευτικός είναι ο παρακάτω: Επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία μεταβιβάζονται πληροφορίες και νοήματα από έναν άνθρωπο σε άλλο.

Δεν είναι λοιπόν μια απλή μεταβίβαση πληροφοριών ή νοημάτων. Είναι μία διαδικασία επαφής, αλληλοκατανόησης και αλληλοεπηρεασμού μεταξύ των ανθρώπων.

Η γραπτή επικοινωνία από μόνη της είναι πλούσια σε πληροφορίες, οι οποίες είναι γραμμένες και μπορούν να μεταφερθούν. Χαρακτηριστική γραπτή επικοινωνία είναι: Οι Γραπτές οδηγίες, τα Ενημερωτικά Δελτία, τα Φυλλάδια, τα Περιοδικό / Εφημερίδες και το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο.

Διαφήμιση και γραπτή επικοινωνία

Αιγύπτιοι χρησιμοποιούσαν τον πάπυρο για να κάνουν πωλήσεις, γράφοντας πάνω του μηνύματα και τοποθετώντας τον στον τοίχο ως αφίσα. Εμπορικά και πολιτικά μηνύματα έχουν βρεθεί στα ερείπια της Πομπηίας και της αρχαίας Αραβίας. Η διαφήμιση σε πάπυρο ήταν χαρακτηριστική και στην Αρχαία Ελλάδα και στην Αρχαία Ρώμη. Η ζωγραφική σε τοίχο και σε βράχο, είναι μια ακόμα εκδήλωση της αρχαίας μορφής διαφήμισης.

Η ιστορία λοιπόν μας διδάσκει ότι η διαφήμιση υπάρχει από την αρχαιότητα. Το μεσαίωνα, καθώς οι πόλεις άρχισαν να πληθαίνουν και ο πληθυσμός άρχισε να αυξάνεται, η ανάγκη για εκπαίδευση ήταν έντονη. Σε σύντομο χρονικό διάστημα ο κόσμος ήταν σε θέση να διαβάσει μηνύματα που αφορούσαν προϊόντα και καλούσαν τον κόσμο να αγοράσει.

Τον 17ο αιώνα οι διαφημίσεις άρχισαν να εμφανίζονται σε εβδομαδιαίες εφημερίδες στην Αγγλία. Αυτές οι έντυπες διαφημίσεις χρησιμοποιήθηκαν κυρίως για να προωθήσουν βιβλία, καθώς και φάρμακα για τις νόσους που ήταν σε έξαρση εκείνη την εποχή.

Με την ανάπτυξη της οικονομίας τον 19ο αιώνα, αναπτύχθηκε και η διαφήμιση. Στις Ηνωμένες Πολιτείες έκανε για πρώτη φορά την εμφάνισή της η διαφήμιση μέσω αλληλογραφίας.

Τον Ιούνιο του 1836, η γαλλική εφημερίδα La Presse ήταν η πρώτη που περιλαμβάνει πληρωμένες διαφημίσεις στις σελίδες της.

Στις αρχές του 1900 η αναζήτηση δουλειάς για τις γυναίκες ήταν ένα δύσκολο πράγμα. Η διαφήμιση ωστόσο αποτελούσε έναν χώρο στον οποίο οι γυναίκες μπορούσαν να βρουν εργασία, δεδομένου πως διαφημιζονταν πολλά προϊόντα σπιτιού.

Το 1920 έκαναν την εμφάνισή τους οι διαφημίσεις στο ραδιόφωνο. Η πρακτική αυτή μεταφέρθηκε στην τηλεόραση, στα τέλη της

δεκαετίας του 1940 και στις αρχές της δεκαετίας του 1950. Σήμερα βλέπουμε έντονα τη διαφήμιση μέσω του Internet να ανοίγει νέα σύνορα.

Όλα τα παραπάνω οδήγησαν στην ανάγκη να υπάρχουν άνθρωποι που θα ασχολούνται αποκλειστικά με την κειμενογραφία στη διαφήμιση. Που θα είχαν την εξειδίκευση να επικοινωνούν μέσω του γραπτού λόγου τα μηνύματα εκείνα που θα ενημέρωναν τον κόσμο για προϊόντα και υπηρεσίες και θα προωθούσαν αγαθά.

A.4.2 Ισχύον νομοθετικό πλαίσιο

Στον κλάδο του Κειμενογράφου Διαφημιστικής δεν διαπιστώνεται η ύπαρξη κάποιων συγκεκριμένων επιμέρους διατάξεων στο ισχύον νομοθετικό πλαίσιο. Γενικά ακολουθούνται οι γενικοί κανόνες για τη βιομηχανία και τη μεταποίηση, τις επιχειρήσεις, τις άδειες λειτουργίας κι εγκατάστασης, την απασχόληση και την τήρηση συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας. Το επάγγελμα εξασκείται ελεύθερα στην αγορά εργασίας και η άσκησή του δεν υπόκειται σε κανενός είδους ρυθμιστικό ή νομοθετικό πλαίσιο. Με άλλα λόγια δεν προϋποθέτει άδεια εξασκήσεως επαγγέλματος. Το επάγγελμα ρυθμίζεται όμως σε έναν σημαντικό βαθμό σε ότι αφορά τους γενικούς όρους αμοιβής και εργασίας του από τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας σε ομοιεπαγγελματικό, κλαδικό ή επιχειρησιακό επίπεδο.

A.5 Αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας /δυναμική του επαγγέλματος ή/ και ειδικότητας

A.5.1 Γενική περιγραφή των τάσεων μεγέθυνσης που διαγράφουν στην ελληνική αγορά οι κλάδοι στους οποίους εντάσσονται οι απασχολούμενοι στο συγκεκριμένο επάγγελμα ή/ και ειδικότητα

Ο Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής μπορεί να ενταχθεί στην ευρύτερη κατηγορία των επαγγελματιών γραφείου. Τα επαγγέλματα γραφείου, γνωρίζουν μεγαλύτερα ποσοστά απασχόλησης στον τριτογενή τομέα της οικονομίας. Σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ), η ποσοστιαία κατανομή των απασχολούμενων στον τριτογενή τομέα της οικονομίας κυμαίνεται στο 66.7%. Σημαντικό είναι να αναφερθούμε στο γεγονός ότι η πλειοψηφία (το 68%) του εργατικού δυναμικού της χώρας απασχολείται στον τομέα των υπηρεσιών. Η αύξηση της συμμετοχής του τομέα των υπηρεσιών στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, τα τελευταία χρόνια (με αντίστοιχη μείωση της συμμετοχής του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα), συνοδεύεται και από αντίστοιχη αύξηση της απασχόλησης στον τριτογενή τομέα, και μείωση της απασχόλησης στους άλλους τομείς της οικονομίας. Η «μετάλλαξη» αυτή που σημειώθηκε τα τελευταία χρόνια, συνάδει προς το ευρωπαϊκό μοντέλο ζήτησης εργασίας το οποίο κυριαρχεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ο τομέας των υπηρεσιών συμβάλλει όλο και περισσότερο στη διαμόρφωση του Εθνικού πλούτου (συμβολή κατά 73,1%). Το προηγούμενο συνδέεται και με το γεγονός ότι σημειώθηκε αύξηση της τάξεως του 2,6% στη απασχόληση στον τομέα των

υπηρεσιών. Έτσι, και σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, ενώ παρατηρήθηκε μείωση των θέσεων εργασίας στους τομείς της βιομηχανικής και αγροτικής παραγωγής (μείωση κατά 186.000 θέσεις εργασίας), είχαμε αύξηση κατά 527.500 θέσεις για τον τομέα των υπηρεσιών. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, η Ελληνική οικονομία σημείωσε αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης (της τάξεως του -2,5%) κατά το τρίτο τρίμηνο του 2009, συγκριτικά με τον αντίστοιχο ρυθμό ανάπτυξης του προηγούμενου έτους. Η συνολική αυτή μείωση αυτή οφείλεται σε ιδιαίτερα μειωμένους επιμέρους ρυθμούς ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρήθηκαν ιδιαίτερα χαμηλοί ρυθμοί ανάπτυξης στους τομείς των ξενοδοχείων, εστιατορίων, κατασκευών, της βιομηχανίας, των μεταφορών και των επικοινωνιών, καθώς και του λιανικού εμπορίου. Παρόλα αυτά και μέσα σε αυτό το αρνητικό κλίμα, ο τομέας των υπηρεσιών παρουσιάζει θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης αλλά με τάσεις επιβράδυνσης.

A.5.2 Είδος επιχειρήσεων όπου εμφανίζεται κατά κύριο το επάγγελμα και αναπτυξιακή δυναμική του επαγγέλματος/ή και της ειδικότητας.

Μιλώντας γενικά για το επάγγελμα του κειμενογράφου, μπορούμε να πούμε ότι είναι οριζόντιο, μπορεί δηλαδή να ασκηθεί σε κάθε είδους οργανισμό και επιχείρηση, ανεξαρτήτως κλάδου και τομέα απασχόλησης. Εάν θελήσουμε όμως να μιλήσουμε πιο συγκεκριμένα για τον κειμενογράφο διαφημιστικής, μπορούμε να πούμε ότι ο κύριος χώρος άσκησης του επαγγέλματος είναι οι εταιρίες διαφήμισης και επικοινωνίας. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΕΔΕ, υπάρχουν συνολικά 92 εταιρείες στο χώρο της διαφήμισης και της επικοινωνίας. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν: 48 εταιρείες διαφήμισης, 20 δημοσίων σχέσεων, 11 promotional και 1-1 marketing, καθώς και 13 εταιρείες media specialists. Μελετώντας τα στοιχεία της ΕΕΔΕ, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι υπήρξε μια αύξηση όσον αφορά στο απασχολούμενο προσωπικό στον τομέα της διαφήμισης, από το 2006 μέχρι το 2008. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία του 2008 μπορούμε να μιλάμε για 2.143 άτομα τα οποία απασχολούνται στη διαφήμιση, συγκριτικά με τα 1.977 που είχαμε το 2006. Στο σημείο αυτό καλό θα ήταν να αναφερθούμε στη διάκριση μεταξύ μερικής και πλήρους απασχόλησης. Στο κλάδο της διαφήμισης μιλάμε κυρίως για πλήρη απασχόληση (από στοιχεία της ΕΕΔΕ προκύπτει ότι το 2006, από τους 3.583 εργαζόμενους σε εταιρίες διαφήμισης και επικοινωνίας, μόνο οι 81 δούλευαν με μερική απασχόληση).

A.6 Απασχόληση, τάσεις-προοπτικές

A.6.1 Περιγραφή υπάρχουσας κατάστασης της απασχόλησης

Θα ήταν ελλιπής μια οποιαδήποτε ανάλυση που θα αφορούσε την περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης της απασχόλησης του κειμενογράφου διαφημιστικής χωρίς να λαμβάνει υπόψιν της την παρούσα οικονομική κρίση. Το συγκεκριμένο επάγγελμα, όπως και όλα τα επαγγέλματα, υπόκειται στους κανόνες της αγοράς και της προσφοράς και της ζήτησης. Οι οικονομικές συνθήκες της χώρας επηρεάζουν τους ρυθμούς ανάπτυξης του συγκεκριμένου επαγγέλματος. Παρά το γεγονός, λοιπόν, ότι δεν υπήρξε αρνητικός ρυθμός ανάπτυξης στον τομέα των υπηρεσιών (υπήρξε μάλιστα αύξηση),

θα πρέπει να τονίσουμε ότι έχουμε στοιχεία επιβράδυνσης τα οποία ενδεχομένως μελλοντικά να δώσουν αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης. Προς το παρόν βλέπουμε μια αύξηση των θέσεων εργασίας στο χώρο της διαφήμισης, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΕΔΕ

– Ένωση Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (το 2006 είχαμε 1977 εργαζόμενους στο χώρο της διαφήμισης, ενώ το 2008 είχαμε 2.143). Τέλος, λεπτομερή στοιχεία για τα ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στο επάγγελμα του κειμενογράφου διαφημιστικής παρουσιάζονται στην ομότιτλη παράγραφο Α.8

A.6.2 Τάσεις

Μιλώντας γενικά για το επάγγελμα του κειμενογράφου, παρατηρούμε μια τάση εξειδίκευσης ως προς το είδος των κειμένων και τους τομείς που θα καλύπτει ο κάθε κειμενογράφος. Βλέπουμε ήδη, κυρίως σε χώρες του εξωτερικού, διαχωρισμό μεταξύ κειμενογράφων στους τομείς της υγείας, της οικονομίας, του αθλητισμού κτλ. Μιλώντας πιο συγκεκριμένα για το επάγγελμα του κειμενογράφου διαφημιστικής, οι τάσεις ακολουθούν το μοντέλο που κυριαρχεί σε όλα τα υπόλοιπα επαγγέλματα, και απαιτεί την ολοένα και μεγαλύτερη εξειδίκευση μέσα στο χώρο της εργασίας. Έτσι, υπάρχει η τάση για εξειδίκευση σε συγκεκριμένα κομμάτια της διαφήμισης (διαχωρισμός above the line και below the line, διαχωρισμός δηλαδή κειμενογραφίας για έντυπο υλικό και καταχωρήσεις και κειμενογραφίας για τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές διαφημίσεις).

A.6.3 Προοπτικές

Η τάση που παρουσιάζεται στη δομή της απασχόλησης είναι η διαρκής και η αμετάβλητη ζήτηση ανθρώπων με γνώσεις και εμπειρία σε ειδικευμένους χώρους της κειμενογραφίας στη διαφήμιση. Ειδικότερα, η σταθερή απασχόληση προσδιορίζεται από τη ζήτηση ανθρώπινου δυναμικού με συγκεκριμένες γνώσεις πάνω σε συγκεκριμένους τομείς όπως για παράδειγμα των τομέα της υγείας, της πολιτικής, του αθλητισμού και άλλα. Ενδεχομένως στο μέλλον να διαμορφωθούν και εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, μεταπτυχιακού επιπέδου, τα οποία θα προορίζονται για συγκεκριμένα είδη κειμενογραφίας. Επίσης, κάνοντας μια έρευνα αγοράς μπορούμε να διαπιστώσουμε την ύπαρξη μιας αυξημένης ζήτησης για κειμενογράφους διαφημιστικής, γεγονός το οποίο μας παραπέμπει στο ότι το επάγγελμα δεν παρουσιάζει σημάδια κορεσμού.

A.7 Υφιστάμενες μορφές άσκησης του επαγγέλματος ή /και της ειδικότητας, τάσεις εξέλιξης

A.7.1 Υφιστάμενες ειδικεύσεις/κατευθύνσεις του επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας

Μιλώντας για τον τρόπο και τις μεθόδους άσκησης του επαγγέλματος, οι κειμενογράφοι διαφημιστικής πρέπει να έχουν προκαθορισμένες εντολές και ειδικές οδηγίες για τα καθήκοντα τους ανά θέση ευθύνης, σύμφωνα με τα οριζόμενα από την εταιρία στην οποία εργάζονται.

A.7.2 Τάσεις εξέλιξης των πιο δυναμικών και πολυπληθών ειδικεύσεων

Συγκεκριμένες τάσεις εξέλιξης δεν παρουσιάζονται. Γενικότερα η εξέλιξη του επαγγέλματος θα προκύψει από τις ανάγκες, τόσο της κοινωνίας, όσο και των πελατών που προσλαμβάνουν έναν κειμενογράφο (η ανάγκη για εξειδίκευση σε κάποιο συγκεκριμένο κομμάτι κειμενογραφίας π.χ. απολογιστικά κείμενα – ενημερωτικά κείμενα)

A.8 Ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στο επάγγελμα/ειδικότητα.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας (ΕΕΔΕ), από τους 2.143 εργαζόμενους που απασχολούνται στο χώρο της διαφήμισης το 59% είναι γυναίκες και το 41% άντρες. Όσον αφορά στην ηλικιακή κατανομή των εργαζομένων, μπορούμε να αναφέρουμε ότι το 0,2% είναι μέχρι 20 ετών, το 31,8% από 21-30 ετών, το 44% από 31-40 ετών, το 18% από 41-50 ετών και το 6% πάνω από 51 ετών. Στο σημείο αυτό θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε και κάποια στοιχεία για το μορφωτικό επίπεδο του απασχολούμενου προσωπικού στον τομέα της διαφήμισης. Στο σύνολο λοιπόν των εργαζομένων (2.143 άτομα), το 27% είναι απόφοιτοι Λυκείου, το 60% κάτοχοι πτυχίου Πανεπιστημίου, και το 13% κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου.

A.9 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα, έντυπα ή άλλα μέσα πληροφόρησης ή άλλες πηγές

A.9.1 Συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα

Οι κειμενογράφοι διαφημιστικής δεν έχουν συνδικαλιστικά ή επιστημονικά όργανα.

Γενικότερα σε ότι αφορά τους εργαζόμενους στις διαφημιστικές εταιρείες, σήμερα δεν υφίστανται πρωτοβάθμια κλαδικά ή επιχειρησιακά σωματεία εργαζομένων.

Ωστόσο, οι εργαζόμενοι εν γένει στις διαφημιστικές εταιρείες καλύπτονται ως προς τους ελάχιστους όρους αμοιβής και εργασίας από τη Συλλογική Ρύθμιση των εργαζομένων στις Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών, η οποία συνάπτεται μεταξύ της

Ομοσπονδίας Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος από την εργατική πλευρά και 22 εργοδοτικών ενώσεων, μία εκ των οποίων είναι η Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης και Επικοινωνίας.

Υπό την έννοια αυτή, σε δευτεροβάθμιο συνδικαλιστικό επίπεδο, τους εργαζόμενους στις διαφημιστικές εταιρείες εκπροσωπεί η Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος (ΟΙΥΕ), η οποία ιδρύθηκε το 1922 και αρχικά εκπροσωπούσε όλους τους εργαζόμενους στα γραφεία που είχαν την ιδιότητα του «υπαλλήλου» σε κάθε είδους ιδιωτική επιχείρηση, σε αντιδιαστολή με όσους είχαν την ιδιότητα του ανειδίκευτου εργάτη ή εξειδικευμένου τεχνίτη και απασχολούνταν κατά κανόνα σε μονάδες παραγωγής στη βιομηχανία ή βιοτεχνία.

A.9.2 Έντυπα και άλλα μέσα πληροφόρησης

Δεν υπάρχουν συγκεκριμένα έντυπα που να αφορούν τους κειμενογράφους διαφημιστικής. Υπάρχουν όμως συγκεκριμένες εκδόσεις, κυρίως του εξωτερικού, που αφορούν στις μεθόδους και τις διαδικασίες που μπορεί κάποιος Υπάλληλος Διαφήμισης - Κειμενογράφος Διαφημιστικής να ακολουθήσει προκειμένου να πετύχει το επιθυμητό αποτέλεσμα.

A.9.3 Άλλες πηγές πληροφόρησης

Βασικές πηγές πληροφόρησης αποτελούν τα κλαδικά περιοδικά (HR, Manager, Marketing Week), καθώς και έντυπα πληροφοριών που εκδίδονται από το κλαδικό όργανο των διαφημιστικών εταιριών, την ΕΕΔΕ (Ένωση Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος).

A.10 Τυπικές ή θεσμικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος/ειδικότητας

A.10.1 Άδειες λειτουργίας

Το επάγγελμα του κειμενογράφου διαφημιστικής δεν απαιτεί άδεια λειτουργίας.

A.10.2 Άδειες εργασίας

Το επάγγελμα του κειμενογράφου διαφημιστικής δεν απαιτεί συγκεκριμένη άδεια εργασίας.

A.10.3 Άλλες προϋποθέσεις άσκησης επαγγέλματος ή/και ειδικότητας

Δεν υπάρχουν άλλες προϋποθέσεις άσκησης του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας του κειμενογράφου διαφημιστικής πέρα από τις ικανότητες και δεξιότητες που αναφέρουμε στην περιγραφή του περιγράμματος.

A.11 Τίτλοι και θέσεις-διαβαθμίσεις στην επαγγελματική ιεραρχία

Η Διαβάθμιση του κειμενογράφου διαφημιστικής στις εταιρίες διαφήμισης έχει ως εξής:

- Junior Copywriter
- Senior Copywriter
- Associate Creative Director
- Creative Director

Η ιεραρχία αυτή αποτελεί ιεραρχία τόσο στο επάγγελμα όσο και στο εσωτερικό μίας επιχείρησης.

Α.12 Συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένων υγιεινής και ασφάλειας)

Το σύνολο των εργασιών λαμβάνει χώρα σε συνθήκες γραφείου, σχεδόν αποκλειστικά με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των συνδεδεμένων με αυτούς συστημάτων και εξοπλισμού (εκτυπωτές, συσκευές και μηχανές δοκιμών, παραγωγή εκτυπωτικών πλακών). Οι κειμενογράφοι διαφημιστικής αντιμετωπίζουν προβλήματα όμοια με αυτά των υπαλλήλων γραφείου. Πιο συγκεκριμένα, εργάζονται σε κλειστούς κλιματιζόμενους χώρους που πολλές φορές δεν αερίζονται σωστά, χωρίς παράθυρα και φυσικό φωτισμό. Οι εργαζόμενοι σε αυτό τον τομέα είναι συχνά αναγκασμένοι να λειτουργούν σε ιδιαίτερα στρεσογόνους παράγοντες και συνθήκες, όπως πίεση χρόνου, διαχείριση μεγάλου όγκου δεδομένων κτλ. Επίσης, λόγω του ότι οι κειμενογράφοι διαφημιστικής εργάζονται σχεδόν αποκλειστικά με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, επιβαρύνουν την υγεία των ματιών τους λόγω της εκτεταμένης και παρατεταμένης έκθεσης τους στην ακτινοβολία των οθονών των υπολογιστών.

Α.13 Δυνατότητες απασχόλησης για άτομα με αναπηρίες

Βάση του άρθρου 21 παρ.6 του αναθεωρημένου συντάγματος της Ελλάδας, τα άτομα με αναπηρίες έχουν το αναφαίρετο δικαίωμα να απολαμβάνουν μέτρα που εξασφαλίζουν την επαγγελματική ένταξη και την συμμετοχή τους στη κοινωνική οικονομική και πολιτική ζωή της Ελλάδας. Επιπλέον σε νομοθετικό επίπεδο, ο Ν.3227/04 που δρα αναθεωρητικά στους Ν.2956/01 καθώς και 2643/98 προβλέπει υποχρεωτικές ποσοτώσεις για προσλήψεις ΑΜΕΑ. Έχουν γίνει αρκετές ενέργειες για να διασφαλισθεί η πρόσβαση, η εκπαίδευση και η ένταξη των ΑΜΕΑ στην απασχόληση. Ωστόσο, η νομοθεσία χρειάζεται περισσότερη βελτίωση. Στο Γ' κοινοτικό πλαίσιο στήριξης, ενσωματώθηκαν πολλά επιχειρησιακά προγράμματα με αντικείμενο την εκπαίδευση και την εργασία των ΑΜΕΑ. Ο Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) πριμοδοτεί επιχειρήσεις για την πρόσληψη επιδοτούμενων ανέργων ΑΜΕΑ (συνεχώς ανοικτό πρόγραμμα) ΚΥΑ 30874/23-6-2004. Ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων έχει ξεκινήσει να ενσωματώνει στο δυναμικό του άτομα με αναπηρία σε διάφορες ειδικότητες όπως ταμίες, τηλεφωνικά κέντρα, κτλ.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ»

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	
ΤΙΤΛΟΣ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ	
ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)	
ΒΑΣΙΚΕΣ (ΚΕΛ)	ΚΕΛ 1: ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ
	ΚΕΛ 2: ΕΛΕΓΧΕΙ ΟΡΘΟΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΑ ΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ
	ΚΕΛ 3: ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΕΝΑΡΓΑ ΣΤΗ ΧΑΡΑΞΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Σχόλια για τα επίπεδα επαγγελματικής ιεραρχίας (όπου παρουσιάζονται):

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ:

ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)
[ΒΑΣΙΚΕΣ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ]

ΚΕΛ 1: Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα

ΚΕΛ 2: Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα
διαφημιστικά κείμενα

ΚΕΛ 3: Συμμετέχει ενεργά στη χάραξη δημιουργικής
στρατηγικής

ΤΙΤΛΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 1 Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα	ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες και διαφημιστικό ταχυδρομείο	ΕΕ 1.1.1: Αναζητά στοιχεία και πληροφορίες από το διαδύκτιο
		ΕΕ 1.1.2: Συνομιλεί με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο
		ΕΕ 1.1.3: Αναζητά συγκεκριμένη βιβλιογραφία από βιβλιοθήκες και τράπεζες πληροφοριών
	ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα	ΕΕ 1.2.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής ηθοποιών
ΕΕ 1.2.2: Συνεργάζεται με εταιρίες παραγωγής		
ΕΕ 1.2.3: Αποδίδει τις λέξεις και το προφορικό περιεχόμενο που συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία μιας διαφήμισης		
	ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα	ΕΕ 1.3.2: Φροντίζει να τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που έχουν τεθεί από τον πελάτη και αφορούν στην παραγωγή του μηνύματος
		ΕΕ 1.3.3: Επιβλέπει και κατευθύνει τη φάση της παραγωγής

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 2 Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα	ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει και επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες, κ.ά.	ΕΕ 2.1.1: Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της Νέας Ελληνικής Γραμματικής ΕΕ 2.1.2: Γνωρίζει τη δομή και το περιεχόμενο της Ελληνικής Γλώσσας ΕΕ 2.1.3: Μαθαίνει εξειδικευμένη ορολογία
	ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας – γλώσσας, στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα	ΕΕ 2.2.1: Αναπτύσσει εναλλακτικούς τρόπους πληροφόρησης ΕΕ 2.2.2: Προσαρμόζει τη γλώσσα ώστε να ανταποκρίνεται στο διαθέσιμο χρόνο για το διαφημιστικό μήνυμα ΕΕ 2.2.3: Ενημερώνεται για θέματα της επικαιρότητας και χρησιμοποιεί φράσεις που αποτυπώνονται εύκολα
	ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη	ΕΕ 2.3.1: Ενημερώνεται για το επιχειρηματικό υπόβαθρο και την εικόνα κάθε πελάτη που αντιπροσωπεύει ΕΕ 2.3.2: Εντοπίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία ΕΕ 2.3.3: Χρησιμοποιεί συγγραφικές τακτικές για να περάσει συγκεκριμένα μηνύματα

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 3 Συμμετέχει ενεργά στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής	ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών	ΕΕ 3.1.1: Υποβάλλει τις ιδέες του και την πρόοδο της εργασίας του
		ΕΕ 3.1.2: Προσαρμόζει την επικοινωνιακή προσέγγιση ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη και διορθώνει τυχόν ασυνέπειες
		ΕΕ 3.1.3: Συντονίζει την παρουσίαση και τη συνοχή του οπτικοακουστικού υλικού
	ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας	ΕΕ 3.2.1: Παρουσιάζει και υποστηρίζει το δημιουργικό προϊόν
		ΕΕ 3.2.2: Συνεργάζεται με τον πελάτη για να αποφασίσουν τα στοιχεία του προϊόντος που θα τονιστούν στο διαφημιστικό μήνυμα
		ΕΕ 3.2.3: Τροποποιεί ή αναθεωρεί ιδέες και κείμενα
	ΕΕΛ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής	ΕΕ 3.3.1: Προτείνει και του προτείνουν δημιουργικές προσεγγίσεις για την κάθε ιδέα
		ΕΕ 3.3.2: Αξιολογεί καλλιτεχνικές παραγωγές
		ΕΕ 3.3.3: Δημιουργεί εναλλακτικές προτάσεις σε για το προϊόν συνεργασία με την εταιρία παραγωγής, για τον πελάτη

B.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ, ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
ΚΕΛ 1: Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα	ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες και διαφημιστικό ταχυδρομείο	ΕΕ 1.1.1: Αναζητά στοιχεία και πληροφορίες από το διαδίκτυο	Χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές μηχανές αναζήτησης	Χώρος: γραφείο εργασίας και οποιοσδήποτε άλλος χώρος με πρόσβαση στο διαδίκτυο Μηχανές αναζήτησης: προκαθορισμένοι ιστότοποι σχεδιασμένοι για την αναζήτηση και ταξινόμηση πληροφοριών Τρόπος αναζήτησης: Εισαγωγή δεδομένων και λέξεων «κλειδιών» μέσα στις μηχανές αναζήτησης

		<p>ΕΕ 1.1.2: Συνομιλεί με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο</p>	<p>Επικοινωνεί μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και προσωπικών ραντεβού, με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο, προκειμένου να αντλήσει πληροφορίες</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, χώρος εργασίας του πελάτη, κοινά αποδεκτός εξωτερικός χώρος</p> <p>Τρόπος επικοινωνίας: Γραπτή επικοινωνία όπου η πληροφορία μεταφέρεται μέσω συγκεκριμένων ερωταπαντήσεων ή μέσω μίας ολοκληρωμένης παρουσίασης ή προσωπική επαφή όπου μέσω συνομιλίας – συζήτησης αντλείται η πληροφορία σχετικά με το ζητούμενο.</p>
--	--	--	--	--

		<p>ΕΕ 1.1.3: Αναζητά συγκεκριμένη βιβλιογραφία από βιβλιοθήκες και τράπεζες πληροφοριών</p>	<p>Χρησιμοποιεί πανεπιστημιακές βιβλιοθήκες, εταιρικές συνδρομές σε ψηφιακές βιβλιοθήκες, δημοσιεύματα που προέρχονται από τον τύπο, σχόλια άρθρα, βιβλία κι ερευνά κι επεξεργάζεται κείμενα, άρθρα, δελτία τύπου, μπροσούρες και γραπτά</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, οποιοσδήποτε με πρόσβαση στο διαδίκτυο, βιβλιοθήκες μορφωτικών ιδρυμάτων και ερευνητικών ινστιτούτων</p> <p>Μέσα: Άρθρα, περιοδικά, βιβλία, ψηφιακές τράπεζες πληροφοριών και δεδομένων, ψηφιακές βιβλιοθήκες, ηλεκτρονικός υπολογιστής</p> <p>Οδηγίες: Φιλτράρει μεγάλο όγκο δεδομένων, αναγνωρίζει/επιλέγει τα στοιχεία που του χρειάζονται, αξιοποιεί βιβλιοθήκες και ψηφιακά μέσα αναζήτησης πληροφοριών, καταγράφει και ταξινομεί τα δεδομένα που του χρειάζονται, τροποποιεί δεδομένα προκειμένου να γίνουν εύκολα κατανοητά</p>
--	--	---	--	--

	<p>ΕΕΛ 1.2:</p> <p>Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>ΕΕ 1.2.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής ηθοποιών</p>	<p>Βλέπει και αξιολογεί πιθανούς ηθοποιούς του διαφημιστικού μηνύματος, σύμφωνα με το απαιτούμενο σενάριο</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, στούντιο εταιρίας παραγωγής</p> <p>Μέσα: CD / DVD που αποστέλλονται συνήθως στο χώρο εργασίας, βιβλίο με προηγούμενες δουλειές, βιογραφικά σημειώματα, χρήση δοκιμαστικών λήψεων</p> <p>Οδηγίες: Αξιολογεί την εμφάνιση του υποψηφίου, την υποκριτική του ικανότητα, παίρνει συνέντευξη από πιθανούς υποψηφίους, εξετάζει το ύφος και τον τρόπο ομιλίας του υποψηφίου, αξιολογεί την εκφραστικότητά τους, τους δοκιμάζει πάνω στο επιλεγμένο σενάριο</p>
--	---	---	---	--

		<p>ΕΕ 1.2.2: Συνεργάζεται με εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Συνομιλεί και συνεργάζεται με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, στούντιο, γραφείο εταιρίας παραγωγής, κοινά αποδεκτός εξωτερικός χώρος</p> <p>Μέσα: Προσωπική επαφή, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τηλέφωνο</p> <p>Οδηγίες: Ανταλλάσει ιδέες και απόψεις σχετικά με το σενάριο του διαφημιστικού κειμένου/μηνύματος, αναλύει τις προϋποθέσεις και τα τεχνικά μέσα που απαιτούνται για την υλοποίηση του τηλεοπτικού σποτ καθώς και τις απαιτήσεις σε ανθρώπινο δυναμικό, διαπραγματεύεται πάνω σε προθεσμίες υλοποίησης του τηλεοπτικού σποτ.</p> <p>Εταιρία παραγωγής: Η εταιρία παραγωγής είναι μία εταιρία παραγωγής και επεξεργασίας τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών εκπομπών εκπομπών, διαφημιστικών σποτ, τηλεοπτικών δελτίων τύπου, οργάνωσης εκδηλώσεων</p>
--	--	---	---	--

		<p>ΕΕ 1.2.3: Αποδίδει τις λέξεις και το προφορικό περιεχόμενο που συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία μιας διαφήμισης</p>	<p>Εναρμονίζει όπου χρειάζεται τα κείμενα με το σενάριο</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, γραφεία εταιρίας παραγωγής, χώρος γυρισμάτων</p> <p>Μέσα: Ηλεκτρονικοί υπολογιστές, εφαρμογές word</p> <p>Οδηγίες: Κάνει δοκιμαστικές λήψεις για να υπολογίσει σε πραγματικό χρόνο την αντιστοιχία γραπτού κειμένου και εικόνας, τροποποιεί και ξαναγράφει τα κείμενα προκειμένου να υπάρχει απόλυτη συνοχή με το σενάριο</p> <p>Σενάριο: Καθορισμένο κείμενο οδηγιών που περιγράφει λεπτομερώς την εξέλιξη και την πλοκή ενός διαφημιστικού τηλεοπτικού.</p>
--	--	---	---	--

	<p>ΕΕΛ 1.3:</p> <p>Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα</p>	<p>ΕΕ 1.3.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής εκφωνητών</p>	<p>Ακούει και αξιολογεί πιθανούς εκφωνητές του διαφημιστικού μηνύματος βασιζόμενος στο σενάριο και στις απαιτήσεις του διαφημιστικού μηνύματος</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός επαγγελματικός χώρος, γραφεία εταιρίας παραγωγής</p> <p>Μέσα: Χρήση δοκιμαστικών ηχογραφήσεων, επεξεργασία / μελέτη / αξιολόγηση προηγούμενων δουλειών των υποψηφίων, cd / dvd</p> <p>Οδηγίες: Αξιολογεί και κρίνει την άρθρωση του υποψηφίου, αξιολογεί την ένταση της φωνής του, το ύφος, τον τόνο του και το χρωματισμό της φωνής του.</p>
--	--	--	--	---

		<p>ΕΕ 1.3.2: Φροντίζει να τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που έχουν τεθεί από τον πελάτη και αφορούν την παραγωγή του διαφημιστικού μηνύματος</p>	<p>Εναρμονίζει την έκταση του κειμένου με το χρόνο του ραδιοφωνικού μηνύματος</p>	<p>Χώρος: Στούντιο ηχογραφήσεων εταιριών παραγωγής</p> <p>Μέσα: Σε συνεργασία με τεχνικό – χρήση μηχανημάτων και εξοπλισμού ηχογραφήσεων, μίξης και επεξεργασίας ήχου</p> <p>Οδηγίες: Γνωρίζει τις χρεώσεις του ραδιοφωνικού χρόνου, τηρεί τον δεδομένο χρόνο τον οποίο έχει συμφωνήσει με τον πελάτη, προσαρμόζει και τροποποιεί τα κείμενα βάσει του δεδομένου χρόνου, εναρμονίζει τα ηχητικά εφέ, τις παύσεις και του ομιλητή με τα κείμενα και τον δεδομένο ραδιοφωνικό χρόνο</p>
--	--	---	---	--

		<p>ΕΕ 1.3.3: Επιβλέπει και κατευθύνει τη φάση της παραγωγής</p>	<p>Σχεδιάζει και παρακολουθεί όλα τα στάδια της παραγωγής ενός ραδιοφωνικού μηνύματος</p>	<p>Χώρος: Στούντιο ηχογραφήσεων</p> <p>Οδηγίες: Γνωρίζει τις τεχνικές μετάδοσης της παραγωγής ραδιοφωνικού μηνύματος, οργανώνει τον χρόνο διάρκειας της παραγωγής και ολοκλήρωσης της δουλειάς λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες του πελάτη, διαμορφώνει ένα πρόγραμμα εργασιών για να μπορεί να ανταπεξέλθει στις προθεσμίες παράδοσης ενός ραδιοφωνικού μηνύματος, ενημερώνει τους συντελεστές για τυχόν αλλαγές, διορθώσεις και τροποποιήσεις</p>
--	--	---	---	--

<p>ΚΕΛ 2:</p> <p>Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>ΕΕΛ 2.1:</p> <p>Διορθώνει και επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες, κ.ά.</p>	<p>ΕΕ 2.1.1: Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της Νέας Ελληνικής Γραμματικής</p>	<p>Παρακολουθεί αλλαγές και νέες προσθήκες στη Νεοελληνική γλώσσα</p>	<p>Χώρος:</p> <p>Προσωπικός εργασιακός χώρος, ημερίδες και σεμινάρια, ηλεκτρονικές ενημερώσεις</p> <p>Οδηγίες:</p> <p>Διαβάζει κι επεξεργάζεται άρθρα και ειδικές εκδόσεις για τη Νεοελληνική γλώσσα, παρακολουθεί σεμινάρια και ημερίδες σχετικά με τη γλώσσα, επικοινωνεί με γλωσσολόγους, διατηρεί ενημερωμένες εκδόσεις λεξικών και ανατρέχει σε βιβλία γραμματικής και συντακτικού</p>
		<p>ΕΕ 2.1.2: Γνωρίζει τη δομή και το περιεχόμενο της ελληνικής γλώσσας</p>	<p>Χρησιμοποιεί την ελληνική γλώσσα σας εργαλείο δουλειάς</p>	<p>Μέσα:</p> <p>Λεξικά, εγχειρίδια γραμματικής και συντακτικού</p> <p>Οδηγίες:</p> <p>Γνωρίζει και χρησιμοποιεί τους κανόνες γραμματικής, συντακτικού και συλλαβισμού, γνωρίζει την ετοιμολογία των λέξεων</p>

		<p>ΕΕ 2.1.3: Μαθαίνει εξειδικευμένη ορολογία</p>	<p>Ερευνά εξειδικευμένη ορολογία και τη χρησιμοποιεί για να καλύψει τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Μέσα: Λεξικά ορολογίας, εμπειρογνώμονες, ειδικά περιοδικά, άρθρα, βιβλιοθήκες</p> <p>Οδηγίες: Μαθαίνει να χρησιμοποιεί εξειδικευμένη ορολογία προκειμένου να αναπτύξει κοινή γλώσσα / κώδικα επικοινωνίας με τον πελάτη, χρησιμοποιεί εξειδικευμένη ορολογία που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του διαφημιστικού κειμένου, ερευνά και ενημερώνεται για την επιχείρηση / προϊόν / πελάτη, για τα οποία θα εργαστεί, διαβάζει και μαθαίνει την απαιτούμενη ορολογία για τη δημιουργία του διαφημιστικού μηνύματος</p>
--	--	--	--	---

	<p>ΕΕΛ 2.2:</p> <p>Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας – γλώσσας, στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>ΕΕ 2.2.1: Αναπτύσσει εναλλακτικούς τρόπους πληροφόρησης και ψυχαγωγίας</p>	<p>Χρησιμοποιεί γραπτά, προφορικά και οπτικοακουστικά μέσα</p> <p>Μέσα: Αφίσες, banners, παιχνίδια, εταιρίες promotion, γραφιστικές εφαρμογές</p>	<p>Οδηγίες:</p> <p>Επιλέγει το κατάλληλο μέσο και τρόπο μετάδοσης και προώθησης του διαφημιστικού μηνύματος, χρησιμοποιεί αφίσες, μπροσούρες, banner, αφισέτες, χρησιμοποιεί μουσική επένδυση που να ταιριάζει στο μήνυμα, προωθεί το διαφημιστικό μήνυμα μέσω γραπτών μηνυμάτων (sms), προωθεί το μήνυμα μέσω δραστηριοτήτων και παιχνιδιών, προωθεί το μήνυμα με τη συνεργασία ομάδων προώθησης (promotion)</p>
		<p>ΕΕ 2.2.2: Προσαρμόζει τη γλώσσα ώστε να ανταποκρίνεται στο διαθέσιμο χρόνο για το διαφημιστικό μήνυμα</p>	<p>Αλλάζει / τροποποιεί το μέγεθος του κειμένου ανάλογα με το διαθέσιμο χρόνο διάρκειας του διαφημιστικού μηνύματος</p>	<p>Χώρος:</p> <p>Στούντιο παραγωγής, προσωπικός χώρος εργασίας</p> <p>Οδηγίες:</p> <p>Προσθέτει ή αφαιρεί λέξεις και προτάσεις, υπολογίζει σε πραγματικό χρόνο τη διάρκεια του κειμένου και το συγκρίνει με το διαθέσιμο χρόνο διάρκειας του μηνύματος, χρησιμοποιεί σύντομες και περιεκτικές προτάσεις, καθώς και ηχητικά εφε</p>

		<p>ΕΕ 2.2.3: Ενημερώνεται για θέματα επικαιρότητας κι επιλέγει φράσεις που αποτυπώνονται εύκολα</p>	<p>Διαβάζει, καταγράφει και ενημερώνεται για ειδήσεις που απασχολούν το κοινωνικό σύνολο και διαμορφώνουν τις κοινωνικές τάσεις, για να μπορεί να δημιουργεί αποτελεσματικά κείμενα</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, εξωτερικοί χώροι, οικία</p> <p>Οδηγίες: Βλέπει ειδήσεις, διαβάζει εφημερίδες και περιοδικά, παρακολουθεί εκδηλώσεις επιλέγει και διαχωρίζει τα χαρακτηριστικά του κοινού στο οποίο απευθύνεται</p>
	<p>ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>ΕΕ 2.3.1: Ενημερώνεται για το επιχειρηματικό υπόβαθρο και την εικόνα κάθε πελάτη που αντιπροσωπεύει</p>	<p>Συνδέει την εικόνα του πελάτη, τις προσδοκίες του και το επιχειρηματικό του προφίλ με το διαφημιζόμενο προϊόν</p>	<p>Οδηγίες: Διεξάγει συναντήσεις με στελέχη της επιχείρησης με την οποία θα συνεργαστεί, κάνει έρευνα αγοράς για να έχει μία εικόνα των ανταγωνιστών του, φιλτράρει και επιλέγει τα αντιπροσωπευτικότερα χαρακτηριστικά του προϊόντος που διαφημίζεται, συνομιλεί με τον πελάτη και φιλτράρει τα δεδομένα που του δίνει</p>

		<p>ΕΕ 2.3.2: Εντοπίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία</p>	<p>Συνομιλεί με τον πελάτη και τους αντιπροσώπους του και αναλύει το προϊόν ή την υπηρεσία βάση των κυριότερων χαρακτηριστικών του</p>	<p>Οδηγίες: Επεξεργάζεται το προϊόν, επιστρατεύει τη δημιουργικότητα, τις γνώσεις και τη φαντασία του για να κάνει το προϊόν προσιτό στο κοινό που απευθύνεται, σφυγμομετρεί τις προτιμήσεις του κοινού</p> <p>Μέσα: Γνώση τακτικών / ερευνών μάρκετινγκ, θεωριών επικοινωνίας</p>
		<p>ΕΕ 2.3.3: Χρησιμοποιεί συγγραφικές τεχνικές για να περάσει συγκεκριμένα μηνύματα</p>	<p>Εφαρμόζει δημιουργικούς τρόπους για να αποτυπώνεται εύκολα το διαφημιστικό μήνυμα στο μυαλό του κόσμου</p>	<p>Οδηγίες: Δημιουργεί περιλήψεις, χρησιμοποιεί σύντομα μηνύματα, επιλέγει απλές και κατανοητές φράσεις, συσχετίζει το προϊόν με συγκεκριμένες ανάγκες και δημοφιλείς κοινωνικές συμπεριφορές, συσχετίζει το προϊόν με θετικά συναισθήματα</p> <p>Μέσα: Οπτικοακουστικά μέσα, κοινωνιολογία της μάζας, ψυχολογικές τακτικές πωλήσεων και προώθησης προϊόντων</p>

<p>ΚΕΛ 3:</p> <p>Συμμετέχει ενεργά στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής</p>	<p>ΕΕΛ 3.1:</p> <p>Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών</p>	<p>ΕΕ 3.1.1: Υποβάλλει τις ιδέες και την πρόοδο της εργασίας του</p>	<p>Παρουσιάζει αναλυτικά τη δημιουργική / στρατηγική του σκέψη για την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας</p>	<p>Χώρος:</p> <p>Προσωπικός χώρος εργασίας</p> <p>Οδηγίες:</p> <p>Παρουσιάζει σχέδιο δράσης με όλα τα βήματα, δίνει συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα για όλες της φάσεις εφαρμογής, μοιράζει τις αρμοδιότητες και καθορίζει τα καθήκοντα των συνεργατών του</p> <p>Μέσα:</p> <p>Ηλεκτρονικός υπολογιστής, εφαρμογές word και powerpoint</p>
---	--	---	---	---

		<p>ΕΕ 3.1.2: Προσαρμόζει την επικοινωνιακή προσέγγιση ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη και διορθώνει τυχόν ασυνέπειες</p>	<p>Συνεργάζεται με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών για να καταστρώσουν ένα επαγγελματικό σχέδιο δράσης που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας</p> <p>Οδηγίες: Αξιολογεί τη δουλειά του και δέχεται κριτική, συσκέπτεται με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, φιλτράρει τα δεδομένα του πελάτη, προσαρμόζει, ξαναγράφει και διορθώνει κείμενα και ιδέες προτείνει νέους τρόπους προσέγγισης του κοινού</p> <p>Μέσα: Ηλεκτρονικός υπολογιστής, εφαρμογές word και powerpoint</p>
--	--	---	--	--

		<p>ΕΕ 3.1.3: Συντονίζει την παρουσίαση και τη συνοχή του οπτικοακουστικού υλικού</p>	<p>Επεξεργάζεται και ταξινομεί το οπτικοακουστικό υλικό όπως κείμενα, γραφικά, μουσική, κινηματογραφικές λήψεις και ηχογραφήσεις</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, γραφεία εταιρίας παραγωγής</p> <p>Οδηγίες: Συγκεντρώνει το διαθέσιμο υλικό, βάζει σε σειρά / οριοθετεί, το υλικό σύμφωνα με το σενάριο της διαφήμισης, προτείνει και δημιουργεί μαζί με τον γραφίστα διαφημιστικής ένα προτεινόμενο τρόπο παρουσίασης του υλικού</p> <p>Μέσα: Ηλεκτρονικός υπολογιστής, εφαρμογές word και powerpoint, εφαρμογές adobe</p>
--	--	--	--	--

	<p>ΕΕΛ 3.2:</p> <p>Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας</p>	<p>ΕΕ 3.2.1: Τροποποιεί και αναθεωρεί ιδέες και κείμενα</p>	<p>Συζητά με τον πελάτη ή τους αντιπροσώπους του και αλλάζει ιδέες και κείμενα ανάλογα με τις απαιτήσεις τους</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός επαγγελματικός χώρος</p> <p>Οδηγίες: Ταιριάζει το προσωπικό του ύφος / δημιουργικό ύφος με τις απαιτήσεις του πελάτη, συντάσσει κείμενα, φιλτράρει πληροφορίες, εφευρίσκει νέους τρόπους παρουσίασης, διατυπώνει ερωτήσεις, αξιολογεί και επανεξετάζει τη δουλειά του</p> <p>Μέσα: Ηλεκτρονικός υπολογιστής, εφαρμογές word και powerpoint</p>
--	--	--	---	--

		<p>ΕΕ 3.2.2: Συνεργάζεται με τον πελάτη για να αποφασίσουν τα στοιχεία του προϊόντος στα οποία θα δοθεί έμφαση στο διαφημιστικό μήνυμα</p>	<p>Αναπτύσσει συγκεκριμένο στρατηγικό πλάνο για την προώθηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός επαγγελματικός χώρος, στα γραφεία του πελάτη, κοινά αποδεκτός εξωτερικός χώρος, τηλεφωνική επικοινωνία, επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή</p> <p>Οδηγίες: Τονίζει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας, πληροφορεί κι ενημερώνει για το προϊόν ή την υπηρεσία, κάνει έρευνα αγοράς και τάσεων, αναλύει τη χρησιμότητα του προϊόντος, επικοινωνεί προσφορές</p>
--	--	--	---	---

		<p>ΕΕ 3.2.3: Παρουσιάζει και υποστηρίζει το παραγόμενο δημιουργικό προϊόν</p>	<p>Εξηγεί στον πελάτη το δημιουργικό σκεπτικό πίσω από το διαφημιστικό μήνυμα</p> <p>Υποστηρίζει και πουλάει την παραγόμενη ιδέα</p>	<p>Χώρος: Προσωπικός χώρος εργασίας, στα γραφεία του πελάτη, γραφεία εταιρίας παραγωγής</p> <p>Οδηγίες: Επιχειρηματολογεί πάνω στη δημιουργική ιδέα, συνδέει το διαφημιστικό μήνυμα με αύξηση πωλήσεων, παρουσιάζει αναλύσεις και τακτικές επικοινωνίας που συνδέονται με το διαφημιστικό μήνυμα και την προώθησή του, αναλύει τους λόγους που θα κάνουν το μήνυμα προσιτό στο κοινό που απευθύνεται</p>
--	--	---	--	--

	<p>ΕΕΛ 3.3:</p> <p>Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>ΕΕ 3.3.1: Προτείνει και του προτείνουν δημιουργικές προσεγγίσεις για τις ιδέες του</p>	<p>Συζητά με την εταιρία παραγωγής, τρόπους εκτέλεσης και προώθησης της δημιουργικής ιδέας</p>	<p>Χώρος:</p> <p>Προσωπικός χώρος εργασίας, εταιρία εργασίας παραγωγής</p> <p>Οδηγίες:</p> <p>Κάνει ραντεβού με στελέχη από εταιρίες παραγωγής, αξιολογεί προηγούμενες δουλειές των εταιριών παραγωγής, συζητά τον τρόπο γυρίσματος ενός διαφημιστικού, συζητά το κόστος και τη διάρκεια ενός διαφημιστικού μηνύματος, βλέπει και αξιολογεί διαφορετικούς τρόπους εκτέλεσης των δημιουργικών ιδεών</p>
		<p>ΕΕ 3.3.2: Αξιολογεί καλλιτεχνικές παραγωγές</p>	<p>Αξιολογεί το συνολικό τελικό αποτέλεσμα ενός διαφημιστικού μηνύματος</p>	<p>Οδηγίες:</p> <p>Αναλύει το ύφος μίας διαφημιστικής ταινίας, εξετάζει τις ερμηνείες των ηθοποιών, συγκρίνει το διαφημιστικό με το δεδομένο σενάριο και αναλύει την αντιστοιχία τους.</p>

		<p>ΕΕ 3.3.3: Δημιουργεί εναλλακτικές προτάσεις σε συνεργασία με τις εταιρίες παραγωγής για τον πελάτη και το προϊόν</p>	<p>Ακολουθεί περισσότερες από μία δημιουργικές προσεγγίσεις σε συνεργασία με την εταιρία παραγωγής</p>	<p>Οδηγίες: Λαμβάνει υπόψη του τις τάσεις και τις προτιμήσεις του κοινού στο οποίο αναφέρεται το διαφημιστικό μήνυμα, λαμβάνει υπόψη του τις προτιμήσεις του πελάτη, αναλύει το προϊόν κι επιλέγει να το προωθήσει με διαφορετικό τρόπο κάθε φορά, δημιουργεί / σχεδιάζει / συγγράφει εναλλακτικά σενάρια</p>
--	--	---	--	--

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ»

Γ.1 ΓΝΩΣΕΙΣ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ISCED² ΚΑΙ EQF³

	ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΙΤΛΟΣ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΤΙΤΛΟΣ:	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΙΤΛΟΣ:
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΟ ISCED	ΕΠΙΠΕΔΟ 3 & 4		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ			
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΟΝΤΩ	ΕΠΙΠΕΔΟ 4		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ			

² International Standard Classification of Education

³ European Qualifications Framework- Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων

ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΑΥΤΟΤΕΛΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΣΥΝΟΛΑ

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:			
ΚΥΡΙΕΣ & ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΚΕΛ 1: Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>

<p>ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες, διαφημιστικά έντυπα / ταχυδρομείο</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
--	--	---	---

<p>ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
---	--	---	---

<p>ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
--	--	---	---

<p>ΚΕΛ 2: Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
--	--	--	--

<p>ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει κι επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες κ.ά.</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
---	--	--	--

<p>ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>
--	--	--	---

<p>ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>
---	--	--	---

<p>ΚΕΛ 3: Συμμετέχει στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
---	--	--	---

<p>ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
--	--	--	---

<p>ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
--	--	--	---

<p>ΕΕΛ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>
---	--	--	--

ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ
ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ:

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες και διαφημιστικό ταχυδρομείο	Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού. Γνώσεις αγγλικής γλώσσας. Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.	Βασικές αρχές επικοινωνίας. Βασικές αρχές μάρκετινγκ. Αρχές δημιουργικής γραφής. Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας. Αρχές μαζικής επικοινωνίας.	Ψυχολογία. Κοινωνιολογία. Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων. Ηθική στα μέσα επικοινωνίας. Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας. Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.
ΕΕ 1.1.1: Αναζητά στοιχεία και πληροφορίες από το διαδίκτιο	Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού. Γνώσεις αγγλικής γλώσσας. Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office. Βασικές γνώσεις μηχανών αναζήτησης	Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας. Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.	

<p>ΕΕ 1.1.2: Συνομιλεί με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p>
<p>ΕΕ 1.1.3: Αναζητά συγκεκριμένη βιβλιογραφία από βιβλιοθήκες και τράπεζες πληροφοριών</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Βασικές γνώσεις μηχανών αναζήτησης</p>	<p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p>	
<p>ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
<p>ΕΕ 1.2.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής ηθοποιών</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Βασικές αρχές ηθοποιίας.</p> <p>Βασικές αρχές Δημοσίων σχέσεων.</p>	

<p>ΚΕΛ 1</p> <p>Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>ΕΕ 1.2.2: Συνεργάζεται με εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Βασικές γνώσεις παραγωγής.</p> <p>Βασικές αρχές Δημοσίων σχέσεων.</p>	<p>Στοιχειώδεις γνώσεις οπτικού και ηχητικού μονταζ.</p>
	<p>ΕΕ 1.2.3: Αποδίδει τις λέξεις και το προφορικό περιεχόμενο που συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία μιας διαφήμισης</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p>	<p>Γνώσεις δημιουργικής γραφής.</p>	
	<p>ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
	<p>ΕΕ 1.3.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής εκφωνητών</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Βασικές αρχές ηθοποιίας.</p>	<p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	

	<p>ΕΕ 1.3.2: Φροντίζει να τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που έχουν τεθεί από τον πελάτη και αφορούν στην παραγωγή του μηνύματος</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p>	<p>Στοιχειώδεις γνώσεις παραγωγής.</p> <p>Στοιχειώδεις γνώσεις ηχητικού μονταζ.</p>	
	<p>ΕΕ 1.3.3: Επιβλέπει και κατευθύνει τη φάση της παραγωγής</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Βασικές αρχές ηθοποιίας.</p>	<p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>	
	<p>ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει και επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες, κ.ά.</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p>	<p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	
	<p>ΕΕ 2.1.1: Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της Νέας Ελληνικής Γραμματικής</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p>	<p>Βασικές αρχές ηλεκτρονικής αναζήτησης / αναζήτησης σε βιβλιοθήκες</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>	
	<p>ΕΕ 2.1.2: Γνωρίζει τη δομή και το περιεχόμενο της Ελληνικής Γλώσσας</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p>	<p>Βασικές αρχές ηλεκτρονικής αναζήτησης / αναζήτησης σε βιβλιοθήκες</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>	

<p>ΕΕ 2.1.3: Μαθαίνει εξειδικευμένη ορολογία</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p>	<p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>	
<p>ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας – γλώσσας, στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>
<p>ΕΕ 2.2.1: Αναπτύσσει εναλλακτικούς τρόπους πληροφόρησης</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Βασικές γνώσεις ιστορίας της γλώσσας.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕ 2.2.2: Προσαρμόζει τη γλώσσα ώστε να ανταποκρίνεται στο διαθέσιμο χρόνο για το διαφημιστικό μήνυμα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Βασικές γνώσεις ιστορίας της γλώσσας.</p> <p>Ετυμολογία των λέξεων.</p>	

<p>ΕΕ 2.2.3: Ενημερώνεται για θέματα της επικαιρότητας και χρησιμοποιεί φράσεις που αποτυπώνονται εύκολα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Βασικές αρχές πωλήσεων</p> <p>Βασικές γνώσεις ιστορίας της γλώσσας.</p> <p>Ετυμολογία των λέξεων.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	<p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>
<p>ΕΕ 2.3.1: Ενημερώνεται για το επιχειρηματικό υπόβαθρο και την εικόνα κάθε πελάτη που αντιπροσωπεύει</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές δημοσίων σχέσεων</p>	<p>ασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p> <p>Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Βασικές γνώσεις διαπραγματεύσεων.</p>	

<p>ΕΕ 2.3.2: Εντοπίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p>	<p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές κοινωνιολογίας.</p> <p>Ψυχολογία.</p> <p>Τυπικές διαδικασίες διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕ 2.3.3: Χρησιμοποιεί συγγραφικές τακτικές για να περάσει συγκεκριμένα μηνύματα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p>	<p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές κοινωνιολογίας.</p> <p>Ψυχολογία.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>

<p>ΕΕ 3.1.1: Υποβάλλει τις ιδέες του και την πρόοδο της εργασίας</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p>
<p>ΕΕ 3.1.2: Προσαρμόζει την επικοινωνιακή προσέγγιση ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη και διορθώνει τυχόν ασυνέπειες</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων.</p> <p>Ικανότητα διάγνωσης αναγκών πελατών.</p>	
<p>ΕΕ 3.1.3: Συντονίζει την παρουσίαση και τη συνοχή του οπτικοακουστικού υλικού</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Τεχνικές παρουσίασης.</p> <p>Τεχνικές διαχείρισης χρόνου.</p>	

<p>ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>
<p>ΕΕ 3.2.1: Παρουσιάζει και υποστηρίζει το δημιουργικό προϊόν</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p>	<p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p> <p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕ 3.2.2: Συνεργάζεται με τον πελάτη για να αποφασίσουν τα στοιχεία του προϊόντος που θα τονιστούν στο διαφημιστικό</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Ικανότητα διάγνωσης αναγκών πελατών.</p>	<p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p> <p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>

<p>ΕΕ 3.2.3: Τροποποιεί ή αναθεωρεί ιδέες και κείμενα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p>	<p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p> <p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Τεχνικές πωλήσεων.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p>	<p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕΑ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αρχές μαζικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας.</p> <p>Τεχνικές παραγωγής.</p>

<p>ΕΕ 3.3.1: Προτείνει και του προτείνουν δημιουργικές προσεγγίσεις για την κάθε ιδέα</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Αρχές διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού.</p> <p>Δημόσιες σχέσεις.</p>	
<p>ΕΕ 3.3.2: Αξιολογεί καλλιτεχνικές παραγωγές</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Βασικές γνώσεις παραγωγής.</p> <p>Βασικές γνώσεις ηθοποιίας</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p>	<p>Ψυχολογία.</p> <p>Κοινωνιολογία.</p> <p>Ηθική στα μέσα επικοινωνίας.</p> <p>Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας.</p>
<p>ΕΕ 3.3.3: Δημιουργεί εναλλακτικές προτάσεις σε για το προϊόν συνεργασία με την εταιρία παραγωγής, για τον πελάτη</p>	<p>Γνώσεις ελληνικής γλώσσας, γνώσεις γραμματικής και συντακτικού.</p> <p>Γνώσεις αγγλικής γλώσσας.</p> <p>Γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφαρμογών office.</p>	<p>Βασικές αρχές επικοινωνίας.</p> <p>Βασικές αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές δημιουργικής γραφής.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας.</p> <p>Αξιολόγηση δημιουργικού προϊόντος.</p> <p>Αρχές διάγνωσης αναγκών πελατών.</p> <p>Διαχείριση ανθρώπινων πόρων.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων</p>	

Γ.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ EQF

	ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΙΤΛΟΣ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΤΙΤΛΟΣ:	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΙΤΛΟΣ:
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΟΝΤΩ N	ΕΠΙΠΕΔΟ 4		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ			

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΑΥΤΟΤΕΛΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΣΥΝΟΛΑ -ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ		
ΚΥΡΙΕΣ & ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ
ΚΕΛ 1: Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου.</p> <p>Γραφή και συνοχή λόγου.</p> <p>Γραμματική και συντακτικό.</p> <p>Κριτική ικανότητα.</p> <p>Κρίση και λήψη αποφάσεων.</p> <p>Χρήση έντυπων και ηλεκτρονικών εργαλείων.</p> <p>Ενεργός ακρόαση.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών.</p> <p>Φαντασία.</p> <p>Δημιουργικότητα.</p> <p>Καλή μνήμη.</p>
ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες, διαφημιστικά έντυπα / ταχυδρομείο	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου.</p> <p>Κριτική ικανότητα.</p> <p>Οργανωτικότητα.</p> <p>Επικοινωνία.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων</p> <p>Κοινωνική αντίληψη</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών.</p> <p>Φαντασία.</p> <p>Δημιουργικότητα.</p> <p>Καλή μνήμη.</p>

<p>ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Κριτική ικανότητα. Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων Κοινωνική αντίληψη</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλή μνήμη.</p>
<p>ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Κριτική ικανότητα. Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων Κοινωνική αντίληψη</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλή μνήμη.</p>
<p>ΚΕΛ 2: Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Γνώση γραμματικής και συντακτικού της ελληνικής γλώσσας. Οργανωτικότητα. Διαχείριση πληροφοριών.</p>	<p>Καλή μνήμη. Ευελιξία κατηγοριοποίησης. Ταυτοποίηση πληροφοριών.</p>
<p>ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει κι επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες κ.ά.</p>	<p>Συγγραφή. Συνοχή λόγου. Οργανωτικότητα. Κριτική ικανότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Γνώση γραμματικής, συντακτικού και ετυμολογίας της ελληνικής γλώσσας.</p>	<p>Δημιουργικότητα. Ευελιξία σκέψης. Φαντασία. Λήψη αποφάσεων.</p>

<p>ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Οργανωτικότητα. Κριτική ικανότητα. Επικοινωνία. Γνώσεις μάρκετινγκ. Τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων. Διαχείριση χρόνου. Γνώση σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων. Γνώση γραμματικής, συντακτικού και ετυμολογίας της ελληνικής γλώσσας.</p>	<p>Δημιουργικότητα. Φαντασία. Λήψη πρωτοβουλιών. Καλή μνήμη. Ευελιξία σκέψης.</p>
<p>ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές διαπραγματεύσεων. Κριτική ικανότητα. Ενεργός ακρόαση. Ευελιξία σκέψης. Γνώσεις μάρκετινγκ. Τεχνικές παρουσιάσεων. Τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων.</p>	<p>Καλή μνήμη. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλός χειρισμός της γλώσσας. Υπομονή. Επιχειρηματολογία.</p>

<p>ΚΕΛ 3: Συμμετέχει στη χάραξη δημιουργικής στρατηγικής</p>	<p>Τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων. Αρχές διαπραγματεύσεων. Κρίση και λήψη αποφάσεων. Επικοινωνία. Ενεργός ακρόαση. Διαχείριση χρόνου. Ομαδική εργασία. Κοινωνική αντίληψη. Οργανωτικότητα. Αρχές μάρκετινγκ.</p>	<p>Καλή μνήμη. Ευελιξία. Δημιουργικότητα. Στρατηγική σκέψη.</p>
<p>ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών</p>	<p>Ομαδική εργασία. Διαχείριση χρόνου. Διάλογος / Επικοινωνία. Τεχνικές παρουσιάσεων. Αρχές μάρκετινγκ. Λήψη πρωτοβουλιών και αποφάσεων. Ενεργός ακρόαση.</p>	<p>Ευελιξία σκέψης. Κατανόηση. Δημιουργικότητα. Φαντασία. Καλή μνήμη.</p>
<p>ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας</p>	<p>Αρχές επικοινωνίας. Ενεργός ακρόαση. Τεχνικές διαπραγματεύσεων. Τεχνικές παρουσιάσεων. Αρχές προώθησης πωλήσεων. Αρχές μάρκετινγκ. Διαχείριση χρόνου. Λήψη αποφάσεων και πρωτοβουλιών. Οργανωτικότητα.</p>	<p>Ευελιξία σκέψης. Καλή μνήμη. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλός χειρισμός της γλώσσας. Υπομονή. Επιχειρηματολογία.</p>

<p>ΕΕΛ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Ομαδική εργασία. Οργανωτικότητα. Διαχείριση χρόνου. Λήψη πρωτοβουλιών και αποφάσεων. Τεχνικές προώθησης προϊόντων. Επικοινωνία. Ενεργός ακρόαση.</p>	<p>Καλή μνήμη. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλός χειρισμός της γλώσσας Υπομονή. Επιχειρηματολογία.</p>
---	---	--

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ
ΕΕΛ 1.1: Γράφει τα κείμενα για φυλλάδια, μπροσούρες, ιστοσελίδες και διαφημιστικό ταχυδρομείο	Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Κριτική ικανότητα. Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων Κοινωνική αντίληψη	Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλή μνήμη

<p>ΕΕ 1.1.1: Αναζητά στοιχεία και πληροφορίες από το διαδύκτιο</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου: Γνωρίζει πώς να χειρίζεται ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και συγκεκριμένα προγράμματα που αφορούν την επεξεργασία κειμένων.</p> <p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Βασικές γνώσεις μηχανών αναζήτησης: Γνωρίζει τη διαδικασία που ακολουθείται για να αναζητήσει πληροφορίες ηλεκτρονικά.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
---	---	--

	<p>ΕΕ 1.1.2: Συνομιλεί με ανθρώπους που γνωρίζουν το αντικείμενο</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας: Γνωρίζει τις τεχνικές επικοινωνίας οι οποίες αναπτύσσουν λειτουργικές συμπεριφορές, καλλιεργούν ουσιαστικές σχέσεις, αυξάνουν τη συνοχή των ομάδων και συμβάλλουν θετικά στην παραγωγικότητα.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p>
--	---	--	---

<p>ΕΕ 1.1.3: Αναζητά συγκεκριμένη βιβλιογραφία από βιβλιοθήκες και τράπεζες πληροφοριών</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου: Γνωρίζει πώς να χειρίζεται ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και συγκεκριμένα προγράμματα που αφορούν την επεξεργασία κειμένων.</p> <p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Βασικές γνώσεις μηχανών αναζήτησης: Γνωρίζει τη διαδικασία που ακολουθείται για να αναζητήσει πληροφορίες ηλεκτρονικά.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα»</p>
--	---	---

	<p>ΕΕΛ 1.2: Γράφει τα κείμενα για τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Κριτική ικανότητα. Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων Κοινωνική αντίληψη</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλή μνήμη.</p>
--	---	---	---

<p>ΕΕ 1.2.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής ηθοποιών</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσε κοινό συγκεκριμένων ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα»</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p> <p>Βασικές αρχές ηθοποιίας: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>
---	---	---

<p>ΚΕΛ 1</p> <p>Δημιουργεί διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>ΕΕ 1.2.2: Συνεργάζεται με εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερα και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα»</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p>
---	--	--	---

	<p>ΕΕ 1.2.3: Αποδίδει τις λέξεις και το προφορικό περιεχόμενο που συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία μιας διαφήμισης</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου: Γνωρίζει πώς να χειρίζεται ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και συγκεκριμένα προγράμματα που αφορούν την επεξεργασία κειμένων.</p> <p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
--	--	---	--

	<p>ΕΕΛ 1.3: Γράφει τα κείμενα για ραδιοφωνικά μηνύματα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου. Κριτική ικανότητα. Οργανωτικότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων Κοινωνική αντίληψη</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλή μνήμη.</p>
--	--	---	---

	<p>ΕΕ 1.3.1: Συμμετέχει στη διαδικασία επιλογής εκφωνητών</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένων ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα»</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p> <p>Βασικές αρχές ηθοποιίας: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.</p>
--	--	--	--

	<p>ΕΕ 1.3.2: Φροντίζει να τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που έχουν τεθεί από τον πελάτη και αφορούν στην παραγωγή του μηνύματος</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσε κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>	<p>Βασικές αρχές παραγωγής: Η γνώση της διαδικασίας που ακολουθείται προκειμένου να δημιουργηθεί ένα τηλεοπτικό ή ραδιοφωνικό διαφημιστικό,</p>
--	---	---	--

	<p>ΕΕ 1.3.3: Επιβλέπει και κατευθύνει τη φάση της παραγωγής</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένες ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα»</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p> <p>Βασικές αρχές ηθοποιίας: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.</p>
--	--	--	--

<p>ΕΕΛ 2.1: Διορθώνει και επιμελείται εταιρικά έντυπα, απολογισμούς, φυλλάδια, καταχωρίσεις, αφίσες, κ.ά.</p>	<p>Συγγραφή. Συνοχή λόγου. Οργανωτικότητα. Κριτική ικανότητα. Επικοινωνία. Αρχές μάρκετινγκ. Γνώση γραμματικής, συντακτικού και ετυμολογίας της ελληνικής γλώσσας.</p>	<p>Δημιουργικότητα. Ευελιξία σκέψης. Φαντασία. Λήψη αποφάσεων.</p>
<p>ΕΕ 2.1.1: Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της Νέας Ελληνικής Γραμματικής</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα».</p>	

	<p>ΕΕ 2.1.2: Γνωρίζει τη δομή και το περιεχόμενο της Ελληνικής Γλώσσας</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελεσμα».</p>	
--	---	--	--

<p>ΕΕ 2.1.3: Μαθαίνει εξειδικευμένη ορολογία</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα».</p>	
<p>ΕΕΛ 2.2: Επιμελείται τη χρήση της προφορικής επικοινωνίας – γλώσσας, στα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα</p>	<p>Οργανωτικότητα.</p> <p>Κριτική ικανότητα.</p> <p>Επικοινωνία.</p> <p>Γνώσεις μάρκετινγκ.</p> <p>Τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων.</p> <p>Διαχείριση χρόνου.</p> <p>Γνώση σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων.</p> <p>Γνώση γραμματικής, συντακτικού και ετυμολογίας της ελληνικής γλώσσας.</p>	<p>Δημιουργικότητα.</p> <p>Φαντασία.</p> <p>Λήψη πρωτοβουλιών.</p> <p>Καλή μνήμη.</p> <p>Ευελιξία σκέψης.</p>

	<p>ΕΕ 2.2.1: Αναπτύσσει εναλλακτικούς τρόπους πληροφόρησης</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα».</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
--	---	--	--

<p>ΚΕΛ 2 Ελέγχει ορθογραφικά και συντακτικά τα διαφημιστικά κείμενα</p>	<p>ΕΕ 2.2.2: Προσαρμόζει τη γλώσσα ώστε να ανταποκρίνεται στο διαθέσιμο χρόνο για το διαφημιστικό μήνυμα</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα».</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
--	---	--	--

	<p>ΕΕ 2.2.3: Ενημερώνεται για θέματα της επικαιρότητας και χρησιμοποιεί φράσεις που αποτυπώνονται εύκολα</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα».</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
	<p>ΕΕΛ 2.3: Προσαρμόζει το γλωσσικό ύφος και τόνο, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη</p>	<p>Τεχνικές προώθησης και πώλησης προϊόντων.</p> <p>Αρχές διαπραγματεύσεων.</p> <p>Κρίση και λήψη αποφάσεων.</p> <p>Επικοινωνία.</p> <p>Ενεργός ακρόαση.</p> <p>Διαχείριση χρόνου.</p> <p>Ομαδική εργασία.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη.</p> <p>Οργανωτικότητα.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ.</p>	<p>Καλή μνήμη.</p> <p>Ευελιξία.</p> <p>Δημιουργικότητα.</p> <p>Στρατηγική σκέψη.</p>

	<p>ΕΕ 2.3.1: Ενημερώνεται για το επιχειρηματικό υπόβαθρο και την εικόνα κάθε πελάτη που αντιπροσωπεύει</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλει ελεύως και να δημιουργήσει θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p> <p>Ενεργός ακρόαση: Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους. τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p> <p>Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων: Η ικανότητα να παρουσιάζεις με έντεχνο τρόπο τις απόψεις σου.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων: Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.</p>
--	---	--	--

	<p>ΕΕ 2.3.2: Εντοπίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτέλεσμα»</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p>
--	---	--	---

	<p>ΕΕ 2.3.3: Χρησιμοποιεί συγγραφικές τακτικές για να περάσει συγκεκριμένα μηνύματα</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπερ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να δεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p>	<p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας: Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα»</p>
--	--	--	--

<p>ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει σε ενδοεταιρικές συναντήσεις με το τμήμα δημιουργικού και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών</p>	<p>Ομαδική εργασία. Διαχείριση χρόνου. Διάλογος / Επικοινωνία. Τεχνικές παρουσιάσεων. Αρχές μάρκετινγκ. Λήψη πρωτοβουλιών και αποφάσεων. Ενεργός ακρόαση.</p>	<p>Ευελιξία σκέψης. Κατανόηση. Δημιουργικότητα. Φαντασία. Καλή μνήμη.</p>
--	---	---

<p>ΕΕ 3.1.1: Υποβάλλει τις ιδέες του και την πρόοδο της εργασίας του</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Ενεργός ακρόαση: Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.</p> <p>Ομαδική εργασία: Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους. τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p> <p>Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων: Η ικανότητα να παρουσιάζεις με έντεχνο τρόπο τις απόψεις σου.</p> <p>Τεχνικές παρουσιάσεων: Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.</p> <p>Διαχείριση χρόνου: Η ικανότητα να διαχειρίζεσαι τόσο τον προσωπικό σου χρόνο, όσο και των άλλων.</p>
---	---	---

ΕΕ 3.1.2: Προσαρμόζει την επικοινωνιακή προσέγγιση ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη και διορθώνει τυχόν ασυνέπειες

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων:

Η ικανότητα να προβάλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα

γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία
**«Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
 ΕΡΓΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ
 ΟΥΧΟΝΩΝ»**



Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.



ΕΕ 3.1.3: Συντονίζει την παρουσίαση και τη συνοχή του οπτικοακουστικού υλικού

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Ψυχολογία:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές

διεργασίες των άλλων

«Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
ΕΡΓΟ: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ

Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών:

Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.

Φαντασία:

Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.

Δημιουργικότητα:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινωνικό αίσθημα.

Καλή μνήμη:

Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.

	<p>ΕΕΛ 3.2: Συμμετέχει σε συναντήσεις με τον πελάτη ως αντιπρόσωπος της εταιρίας</p>	<p>Αρχές επικοινωνίας. Ενεργός ακρόαση. Τεχνικές διαπραγματεύσεων. Τεχνικές παρουσιάσεων. Αρχές προώθησης πωλήσεων. Αρχές μάρκετινγκ. Διαχείριση χρόνου. Λήψη αποφάσεων και πρωτοβουλιών. Οργανωτικότητα.</p>	<p>Ευελιξία σκέψης. Καλή μνήμη. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλός χειρισμός της γλώσσας. Υπομονή. Επιχειρηματολογία.</p>
--	--	---	---

<p>ΕΕ 3.2.1: Παρουσιάζει και υποστηρίζει το δημιουργικό προϊόν</p>	<p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.</p> <p>Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων: Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία.</p> <p>Ψυχολογία: Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.</p>	<p>Τεχνικές παρουσιάσεων: Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.</p>
---	--	--

ΚΕΛ 3
Συμμετέχει
ενεργά στη
χάραξη
δημιουργικής
στρατηγικής

ΕΕ 3.2.2: Συνεργάζεται με τον πελάτη για να αποφασίσουν τα στοιχεία του προϊόντος που θα τονιστούν στο διαφημιστικό μήνυμα

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Βασικές αρχές δημοσίων σχέσεων:

Η ικανότητα να προβάλλεις ελεύως και να δημιουργήσεις θετική εικόνα

γύρω από ένα προϊόν ή υπηρεσία
 «Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
 ΕΡΓΟ: ΑΝΑΠΤΥΞΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ
 ΕΡΧΟΝΤΑΙ»

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι τη συμπεριφορά και τις νοητικές διεργασίες των άλλων.

Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών:

Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.

τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.

Καλή μνήμη:

Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.

Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις με έντεχνο τρόπο τις απόψεις σου.

Τεχνικές παρουσιάσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.

Διαχείριση χρόνου:

Η ικανότητα να διαχειρίζεσαι τόσο τον προσωπικό σου χρόνο, όσο και των άλλων.



	<p>ΕΕ 3.2.3: Τροποποιεί ή αναθεωρεί ιδέες και κείμενα</p>	<p>Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου: Γνωρίζει πώς να χειρίζεται ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και συγκεκριμένα προγράμματα που αφορούν την επεξεργασία κειμένων.</p> <p>Κριτική ικανότητα: Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.</p> <p>Οργανωτικότητα: Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.</p> <p>Επικοινωνία: Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.</p> <p>Γνώση της γλώσσας: Γνωρίζει τις εξελίξεις που αφορούν τη γραμματική και το συντακτικό της ελληνικής γλώσσας.</p> <p>Αρχές μάρκετινγκ: Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.</p> <p>Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων: Γνωρίζει μεθόδους και τακτικές προκειμένου να κάνει ένα προϊόν ελκυστικό για το κοινό ή να δημιουργήσει κοινό συγκεκριμένων ανάγκες προκειμένου να το αγοράσει.</p> <p>Κοινωνική αντίληψη: Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις</p>	<p>Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών: Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.</p> <p>Φαντασία: Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.</p> <p>Δημιουργικότητα: Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινωνικό αίσθημα.</p> <p>Καλή μνήμη: Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.</p>
--	--	---	--

	<p>ΕΕΛ 3.3: Συνομιλεί με στελέχη από εταιρίες παραγωγής</p>	<p>Ομαδική εργασία. Οργανωτικότητα. Διαχείριση χρόνου. Λήψη πρωτοβουλιών και αποφάσεων. Τεχνικές προώθησης προϊόντων. Επικοινωνία. Ενεργός ακρόαση.</p>	<p>Καλή μνήμη. Φαντασία. Δημιουργικότητα. Καλός χειρισμός της γλώσσας. Υπομονή. Επιχειρηματολογία.</p>
--	---	---	---

ΕΕ 3.3.1: Προτείνει και του προτείνουν δημιουργικές προσεγγίσεις για την κάθε ιδέα

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Ψυχολογία:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεται τη συμπεριφορά και τις νοητικές

διεργασίες των άλλων

«Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
ΕΡΓΟ: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ

Δημιουργικότητα:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.

Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας:

Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα»

Βασικές αρχές ηθοποιίας:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεται πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.

Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις με έντεχνο τρόπο τις απόψεις σου.

Τεχνικές παρουσιάσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.

Διαχείριση χρόνου:

Η ικανότητα να διαχειρίζεσαι τόσο τον προσωπικό σου χρόνο, όσο και των άλλων.

**ΕΕ 3.3.2: Αξιολογεί
καλλιτεχνικές παραγωγές**

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Ψυχολογία:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεται τη συμπεριφορά και τις νοητικές

διεργασίες των άλλων

«Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
ΕΡΓΟ: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ

Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών:

Η ικανότητα να ξεχωρίζεις και κατηγοριοποιείς τις πληροφορίες σύμφωνα με τη χρησιμότητά τους, να δημιουργείς ή να χρησιμοποιείς διαφορετικούς κανόνες για να συνδυάσεις ή να ομαδοποιήσεις πράγματα με διαφορετικούς τρόπους.

Φαντασία:

Η ικανότητα παροχής μηνύματος στην εμπειρία και κατανόηση της γνώσης με απρόσμενες μεθόδους.

Δημιουργικότητα:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινωνικό αίσθημα.

Καλή μνήμη:

Η ικανότητα να θυμάσαι πληροφορίες όπως λέξεις, αριθμούς, εικόνες, πρόσωπα και διαδικασίες.

Βασικές αρχές ηθοποιίας:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεσαι πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.

ΕΕ 3.3.3: Δημιουργεί εναλλακτικές προτάσεις σε για το προϊόν συνεργασία με την εταιρία παραγωγής, για τον πελάτη

Κριτική ικανότητα:

Λαμβάνει υπόψη τα υπέρ και τα κατά πιθανών δράσεων και επιλέγει την πιο κατάλληλη.

Οργανωτικότητα:

Οργάνωση και δόμηση της δουλειάς για αποτελεσματική επίδοση και επίτευξη στόχων. Τροποποίηση του σχεδίου ή προσαρμογή των προτεραιοτήτων στην περίπτωση αλλαγής των στόχων ή των συνθηκών.

Επικοινωνία:

Ακούει και κατανοεί άλλους, διαβάζει και κατανοεί γραπτές πληροφορίες, εκφράζεται ξεκάθαρα χρησιμοποιώντας τον γραπτό ή τον προφορικό λόγο.

Αρχές μάρκετινγκ:

Γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και εφαρμόζει συγκεκριμένες μεθόδους προκειμένου να διεισδύσει ένα προϊόν σε αυτή.

Κοινωνική αντίληψη:

Αναγνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και κατανοεί γιατί αντιδρούν με αυτό τον τρόπο.

Ενεργός ακρόαση:

Δίνει πλήρη προσοχή στο τί έχουν να πουν οι άλλοι, παίρνει χρόνο για να κατανοήσει το τι έχει ειπωθεί, κάνει ερωτήσεις με τον κατάλληλο τρόπο και δεν διακόπτει σε ακατάλληλες στιγμές.

Ομαδική εργασία:

Συνεργάζεται αποτελεσματικά με τους άλλους για την επίτευξη στόχων μέσω της ανταλλαγής ή της ενσωμάτωσης γνώσεων, ιδεών και πληροφοριών.

Ψυχολογία:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεται τη συμπεριφορά και τις νοητικές

διεργασίες των άλλων

«Ε.Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
ΕΡΓΟ: «ΑΝΑΠΤΥΞΗ 145 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡ

Δημιουργικότητα:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις το ίδιο αποτέλεσμα με πολλούς ευρηματικούς / διαφορετικούς τρόπους που προκαλούν θετικά το κοινό αίσθημα.

Μέθοδοι επικοινωνιακής έρευνας:

Η ικανότητα να μπορείς να περιγράψεις μία πράξη επικοινωνίας απαντώντας στα ερωτήματα «ποιος», «λέει τι», «από ποιο κανάλι», «σε ποιον», «με ποιο αποτελέσμα»

Βασικές αρχές ηθοποιίας:

Η ικανότητα να αντιλαμβάνεται πώς ένας ηθοποιός μπορεί να παίξει έναν ρόλο φυσικά και να γίνει πιστευτός ή φαίνεται ψεύτικος.

Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις με έντεχνο τρόπο τις απόψεις σου.

Τεχνικές παρουσιάσεων:

Η ικανότητα να παρουσιάζεις δημιουργικά, κερδίζοντας την προσοχή του ακροατηρίου σου, το προϊόν ή την υπηρεσία.

Διαχείριση χρόνου:

Η ικανότητα να διαχειρίζεσαι τόσο τον προσωπικό σου χρόνο, όσο και των άλλων.

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ»

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται εναλλακτικές διαδρομές μάθησης κατά επάγγελμα και ειδικότητα.

Οι παρακάτω διαδρομές δείχνουν (με βάση τη σειρά που αναφέρονται) τις εναλλακτικές επιλογές ως προς τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα άσκησης του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ/ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ/ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ	ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΙΕΡΑΡΧΙΑΣ Α		
	1^η Διαδρομή	Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - Αρχική επαγγελματική κατάρτιση στις ειδικότητες Ειδικός Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων και Ειδικός πωλήσεων του Τομέα Οικονομίας και Διοίκησης, όπου οι απόφοιτοι λαμβάνουν Δίπλωμα Επαγγελματικής Κατάρτισης επιπέδου 3+, μετά από εξετάσεις στον ΟΕΕΚ και 6 μήνες πρακτική άσκηση σε σχετικό περιβάλλον.
	2^η Διαδρομή	Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης – Πιστοποιητικό παρακολούθησης σεμιναρίων δημιουργικής γραφής, ημερίδων και εκπαίδευσης πάνω σε θέματα διαφήμισης και κειμενογραφίας και 3 χρόνια εμπειρία συναφούς ειδικότητας.

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε: «ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ»

Στους πίνακες που ακολουθούν καταγράφονται οι ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των γνώσεων και των δεξιοτήτων σε επίπεδο επιμέρους επαγγελματικών λειτουργιών. Ειδικότερα, οι ικανότητες μπορούν να εκτιμηθούν αποκλειστικά με την εφαρμογή σταθμισμένων και αξιόπιστων εργαλείων. Διεθνώς για το σκοπό αυτό έχουν αναπτυχθεί διάφορα ψυχομετρικά εργαλεία (τεστ ικανοτήτων). Ενδεικτικά τεστ ικανοτήτων είναι τα εξής: Differential Aptitude Test (DAT) και του General Aptitude Test Battery (GATB), Comprehensive Ability Battery (CAB), SRA Mechanical Aptitude, Minnesota Paper Form Board.

Ε.1 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
ΚΕΛ 1	ΕΕΛ 1.1	Χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου.	X		X	X				
		Γραμματική και συντακτικό.	X	X	X	X				
		Αρχές μάρκετινγκ.	X	X	X	X			X	
		Χρήση έντυπων και ηλεκτρονικών εργαλείων.	X	X	X	X		X	X	
	ΕΕΛ 1.2	Αρχές προώθησης και πώλησης προϊόντων	X	X	X	X	X	X		

		Κριτική ικανότητα.	X	X	X	X	X	X	X		
		Επικοινωνία.		X		X	X	X	X		
	ΕΕΛ 1.3	Κοινωνική αντίληψη	X	X	X	X	X	X			
		Οργανωτικότητα.	X		X	X		X			
		Χρήση έντυπων και ηλεκτρονικών εργαλείων.	X	X	X	X		X			
ΚΕΛ 2	ΕΕΛ 2.1	Συγγραφή.	X		X	X		X	X		
		Γνώση γραμματικής, συντακτικού και ετυμολογίας της ελληνικής γλώσσας.	X	X	X	X		X	X		
		Συνοχή λόγου.		X		X		X	X		
	ΕΕΛ 2.2	Διαχείριση χρόνου.			X	X		X	X		
		Γνώση σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων.			X	X		X	X		
	ΕΕΛ 2.3	Αρχές διαπραγματεύσεων.	X	X	X	X	X	X	X	X	
Τεχνικές παρουσιάσεων.		X	X	X	X	X	X	X	X		

ΚΕΛ 3	ΕΕΛ 3.1	Ομαδική εργασία.	X		X	X	X	X	X	
		Διάλογος / Επικοινωνία.		X	X	X	X	X		
		Λήψη πρωτοβουλιών και αποφάσεων.	X	X	X	X				
	ΕΕΛ 3.2	Ενεργός ακρόαση.		X		X	X	X	X	
		Αρχές επικοινωνίας.	X	X	X					
	ΕΕΛ 3.3	Τεχνικές προώθησης προϊόντων.	X	X	X	X	X	X	X	

Ε.2 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ:											
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ								
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ	
ΚΕΛ 1	ΕΕΛ 1.1	Τακτοποίηση και κατηγοριοποίηση πληροφοριών.							X	X	
		Δημιουργικότητα.					X	X	X		
	ΕΕΛ 1.2	Καλή μνήμη.			X	X	X	X	X	X	
		Επικοινωνία.				X	X	X	X	X	
	ΕΕΛ 1.3	Οργανωτικότητα				X	X	X	X	X	
ΚΕΛ 2	ΕΕΛ 2.1	Ευελιξία κατηγοριοποίησης.				X	X	X			
		Ταυτοποίηση πληροφοριών.			X	X	X	X	X		

ΕΕΛ 2.2	Λήψη πρωτοβουλιών.			X	X	X	X		
	Ευελιξία σκέψης.			X	X	X	X	X	
	ΕΕΛ 2.3	Καλός χειρισμός της γλώσσας.	X		X	X	X	X	X
	Επιχειρηματολογία.		X	X	X	X	X	X	
ΚΕΛ 3	ΕΕΛ 3.1	Στρατηγική σκέψη.	X	X	X	X	X	X	X
	Δημιουργικότητα.	X	X	X	X	X	X		
	ΕΕΛ 3.2	Πρωτοβουλία.	X	X	X	X	X	X	X
	Ενεργός ακρόαση.				X	X	X	X	
	ΕΕΛ 3.3	Ομαδική εργασία.				X	X	X	X
Διαπροσωπικές σχέσεις				X	X	X	X		

(2009) ΕΡΕΥΝΑ ΕΡΓΑΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
Ελληνική Δημοκρατία / Υπουργείο Οικονομικών / Γενική Γραμματεία Εθνικής
Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος

(2007) ADVERTISING COPYWRITER JOB DESCRIPTION
<https://www.careercruising.com/Careers/JobDetails>

(2008) CAREER AS AN ADVERTISING COPYWRITER
<http://careers.stateuniversity.com>

(2009)ADVERTISING COPYWRITER
<http://copywriting.lifetips.com>

(1990) Ανδρουλιδάκης, Σ. και Τσολάκης, Χρ. Η ΜΕΘΟΔΟΣ DELPHI

(2007) ADVERTISING COPYWRITER
The Nottingham Trent University

ISCO 88 COM
The Warwick University

www.bettercopywriting.com

www.careerbuilder.com

www.creativepool.co.uk

www.ilo.org

www.kozani.gr/KYE/stakod.htm

www.nationmaster.com/country/gr-greece/lab-labor

www.oecdpublishing.org

[www.prospects.ac.uk/ 2](http://www.prospects.ac.uk/)

ΟΑΕΔ

ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ - ΟΔΗΓΙΕΣ