

## **Σχεδιασμός και οργάνωση διαφημιστικής εκστρατείας/ επικοινωνιακή πολιτική**

ΘΕΜΑΤΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ.

**Παράγοντες επεξηγητικοί της συμπεριφοράς** του καταναλωτή (αγορά και κατανάλωση ως αποτέλεσμα των ψυχολογικών παραγόντων, των διαπροσωπικών σχέσεων, του κοινωνικού πλαισίου, της κουλτούρας του ατόμου).

Εμπειρία της **κατανάλωσης** (συνάντηση του καταναλωτή με την προσφορά. Προεξόφληση της εμπειρίας, προσδοκία, εμπειρία της αγοράς, μετά την αγορά, ανάκληση της εμπειρίας)

**Δυναμική των αγορών** και ανταγωνιστική στρατηγική. Κύκλος ζωής του προϊόντος και προώθηση.

**Η διαδικασία της επικοινωνίας.** Μοντέλα επικοινωνιακής διεργασίας.

**Η Διαφήμιση** . Θεμελιώδεις περιορισμοί της διαφημιστικής επικοινωνίας.

Η μετατροπή ενός ατόμου σε καταναλωτή. **Μοντέλα απόκρισης καταναλωτή.**

**Μαζική επικοινωνία** ο αποστολέας, το αντικείμενο και το κοινό – αποδέκτης  
Αποτελεσματική επικοινωνία.

**Ανάπτυξη και management διαφημιστικού προγράμματος.**