

ΓΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΗ ΧΡΗΣΗ

Κωδικός Προδιαγραφής Προγράμματος Κατάρτισης:

ΠΟΛΥΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ - ΣΥΝΗΘΗ

ΑΙΤΗΣΗ ΚΕΝΤΡΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

ΓΙΑ ΕΓΚΡΙΣΗ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Επωνυμία Κέντρου Επαγγελματικής Κατάρτισης:

Αριθμός Πιστοποιητικού Κέντρου Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ):

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Σημ: Αναφέρατε αναλυτικά όλα τα στοιχεία της Προδιαγραφής σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες Γραμμές που περιλαμβάνονται στο Παράρτημα II του Οδηγού Πολιτικής και Διαδικασιών του Σχεδίου.

1. Τίτλος προδιαγραφής προγράμματος κατάρτισης (μέχρι 70 χαρακτήρες):

Ψηφιακό Μάρκετινγκ & Στρατηγική Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης: Πρακτικός Οδηγός για ΜμΕ

2. Διάρκεια κατάρτισης (ώρες): 7

3. Ανάγκη κατάρτισης (σαφής, σύντομη, περιεκτική):

A. Η Ψηφιακή Πραγματικότητα της Κυπριακής Αγοράς

Η Κύπρος βιώνει μια ψηφιακή μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά. Η διείσδυση του διαδικτύου ξεπερνά το 90%, ενώ σύμφωνα με μελέτη του 2024 που δημοσίευσε η Cyprus Mail, το 98% των Κυπρίων χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι Κύπριοι καταναλωτές δαπανούν κατά μέσο όρο πάνω από 2 ώρες ημερησίως στα social media, με το Facebook να κυριαρχεί στις ηλικίες 30+, το Instagram στους millennials, το TikTok να αναδεικνύεται ως η ταχύτερα αναπτυσσόμενη πλατφόρμα, και το LinkedIn να κερδίζει έδαφος στον B2B τομέα. Παράλληλα, πάνω από το 70% της κίνησης στο διαδίκτυο προέρχεται πλέον από κινητές συσκευές.

Η καταναλωτική διαδρομή (customer journey) στην Κύπρο είναι πλέον ψηφιακή: ο πελάτης ανακαλύπτει ένα προϊόν/υπηρεσία μέσω social media ή Google, ερευνά μέσω reviews και

ιστοσελίδας, και αποφασίζει βάσει ψηφιακής εμπιστοσύνης. Επιχειρήσεις χωρίς ψηφιακή παρουσία χάνουν πελάτες πριν καν μάθουν ότι τους αναζητούν.

Β. Το Κενό των Κυπριακών ΜμΕ στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Αν και το 49,4% των κυπριακών επιχειρήσεων χρησιμοποιεί ήδη διαδικτυακή διαφήμιση (ποσοστό ανώτερο του ευρωπαϊκού μέσου όρου 32,6%, Eurostat 2022), η πλειοψηφία των ΜμΕ — ιδιαίτερα οι μικροεπιχειρήσεις που αποτελούν το 93,3% του συνόλου — αντιμετωπίζει σοβαρά κενά:

- Απουσία ολοκληρωμένης ψηφιακής στρατηγικής: πολλές επιχειρήσεις δημοσιεύουν στα social media χωρίς σαφείς στόχους, στόχευση ή μέτρηση αποτελεσμάτων.
- Εξάρτηση από παραδοσιακά κανάλια: σημαντικό μέρος βασίζεται ακόμη στο word-of-mouth, φυλλάδια και τοπικές εφημερίδες — μέσα που δεν επιτρέπουν μέτρηση, στόχευση ή κλιμάκωση.
- Αναποτελεσματική χρήση διαφημιστικών εργαλείων: επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Google Ads ή Meta Ads χωρίς σωστή στόχευση σπαταλούν budget χωρίς ROI.
- Αδυναμία δημιουργίας πειστικού ψηφιακού περιεχομένου: έλλειψη γνώσεων σε content creation, copywriting, visual content και video marketing.
- Ελλιπής αξιοποίηση analytics: λίγοι γνωρίζουν πώς να αξιοποιήσουν δεδομένα από Google Analytics, Meta Insights ή άλλα εργαλεία για τη βελτίωση της στρατηγικής τους.

Γ. Η Αγορά Απαιτεί Εκσυγχρονισμό

Η κυπριακή αγορά είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε κλάδους όπως τουρισμός, εστίαση, ακίνητα, υγεία/ομορφιά, λιανικό εμπόριο και επαγγελματικές υπηρεσίες. Σε αυτούς τους κλάδους, η ψηφιακή παρουσία δεν αποτελεί πλεονέκτημα — αποτελεί προϋπόθεση επιβίωσης. Οι επιχειρήσεις που δεν εκσυγχρονίζουν το sales funnel τους και δεν αξιοποιούν στοχευμένες ψηφιακές στρατηγικές χάνουν μερίδιο αγοράς σε ανταγωνιστές που το πράττουν.

Ταυτόχρονα, η Κύπρος εξυπηρετεί δίγλωσσο κοινό (ελληνόφωνο και αγγλόφωνο) και ένα σημαντικό τμήμα τουριστών, expats και διεθνούς πελατείας — γεγονός που απαιτεί εξειδικευμένη πολυγλωσσική στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ.

Δ. Τι Προσφέρει Αυτό το Πρόγραμμα

Το πρόγραμμα δεν αποτελεί θεωρητική εισαγωγή στο digital marketing. Είναι πρακτικός οδηγός που οδηγεί κάθε συμμετέχοντα — βήμα-βήμα — στη δημιουργία μιας λειτουργικής ψηφιακής στρατηγικής μάρκετινγκ για την επιχείρησή του. Οι συμμετέχοντες θα δουλέψουν πάνω στη δική τους επιχείρηση κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου, δημιουργώντας στρατηγική social media, σχεδιάζοντας διαφημιστικές καμπάνιες, αναπτύσσοντας περιεχόμενο και μαθαίνοντας να μετρούν αποτελέσματα.

Το πρόγραμμα ευθυγραμμίζεται με τις προτεραιότητες της ΑνΑΔ για ψηφιακές δεξιότητες και ψηφιακό μετασχηματισμό ΜμΕ, τους στόχους του Digital Decade 2030 της ΕΕ, και το Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας Κύπρου που διαθέτει €24 εκατ. για κατάρτιση σε ψηφιακές δεξιότητες.

4. Στόχοι (διατυπώνονται ως μαθησιακά αποτελέσματα):

Μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση να:

Σε επίπεδο γνώσεων

1. Αναγνωρίζουν τα βασικά κανάλια ψηφιακού μάρκετινγκ (organic social media, paid ads, SEO, email marketing, content marketing) και τον ρόλο τους στο σύγχρονο sales funnel.
2. Περιγράφουν τα χαρακτηριστικά κάθε πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube) και τη στρατηγική αξιοποίησή τους ανάλογα με το κοινό-στόχο.
3. Εξηγούν τις αρχές στόχευσης κοινού, δημιουργίας buyer personas και τμηματοποίησης αγοράς στο ψηφιακό περιβάλλον.
4. Αναφέρουν τους βασικούς δείκτες απόδοσης (KPIs) και τα εργαλεία μέτρησης αποτελεσμάτων (Google Analytics, Meta Insights, UTM tracking).
5. Κατηγοριοποιούν τα είδη ψηφιακού περιεχομένου (posts, stories, reels, carousels, blog articles, newsletters) και τα κριτήρια επιλογής τους ανά πλατφόρμα και στόχο.

Σε επίπεδο δεξιοτήτων

1. Σχεδιάζουν ολοκληρωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ για τη δική τους επιχείρηση, με σαφείς στόχους, κοινό-στόχο, κανάλια και χρονοδιάγραμμα.
2. Δημιουργούν επαγγελματικό περιεχόμενο (κείμενα, εικόνες, video ιδέες) προσαρμοσμένο σε κάθε πλατφόρμα.
3. Σχεδιάζουν και υλοποιούν στοχευμένες διαφημιστικές καμπάνιες σε Meta (Facebook/Instagram) και Google Ads με ελεγχόμενο κόστος.
4. Αναπτύσσουν content calendar μηνιαίου προγραμματισμού με συνεπή brand voice.
5. Αξιολογούν την απόδοση καμπανιών μέσω analytics, εντοπίζοντας τι λειτουργεί και τι χρειάζεται βελτίωση.
6. Αξιοποιούν εργαλεία AI (ChatGPT, Canva AI) για ταχεία δημιουργία περιεχομένου και βελτιστοποίηση copywriting.

Σε επίπεδο στάσεων

1. Αντιμετωπίζουν το ψηφιακό μάρκετινγκ ως στρατηγική επένδυση και όχι ως κόστος, αναγνωρίζοντας τη μετρήσιμη αξία του.
2. Υιοθετούν στάση συνεχούς δοκιμής, μέτρησης και βελτίωσης (test-measure-optimize mindset).
3. Αποδέχονται τη σημασία της αυθεντικότητας και της συνέπειας στην ψηφιακή επικοινωνία.
4. Συνεργάζονται δημιουργικά, μοιράζοντας εμπειρίες και βέλτιστες πρακτικές από τους κλάδους τους.
5. Εκτιμούν τη σημασία της συνεχούς μάθησης σε ένα ψηφιακό περιβάλλον που αλλάζει ραγδαία.

5. Περιγραφή υποψηφίων για συμμετοχή (θέσεις εργασίας / επάγγελμα):

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε ιδιοκτήτες, διευθυντές και στελέχη μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) στην Κύπρο που επιθυμούν να εκσυγχρονίσουν την ψηφιακή παρουσία της επιχείρησής τους και να αποκτήσουν πρακτικές δεξιότητες ψηφιακού μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα:

- Ιδιοκτήτες και διευθυντές μικρών επιχειρήσεων (εστιατόρια, καφέ, καταστήματα λιανικής, boutique hotels, γραφεία παροχής υπηρεσιών)
 - Στελέχη μάρκετινγκ και επικοινωνίας που χειρίζονται τα social media και τις ψηφιακές καμπάνιες
 - Ελεύθεροι επαγγελματίες (δικηγόροι, λογιστές, σύμβουλοι, γυμναστές, θεραπευτές) που χρειάζονται ψηφιακή προβολή
 - Υπεύθυνοι πωλήσεων που θέλουν να αξιοποιήσουν ψηφιακά κανάλια για lead generation
 - Νέοι επιχειρηματίες και startups που χτίζουν την ψηφιακή τους παρουσία από το μηδέν
- Δεν απαιτείται προηγούμενη εμπειρία σε digital marketing. Το πρόγραμμα ξεκινά από τα βασικά και φτάνει σε πρακτική εφαρμογή — κάθε συμμετέχων θα φύγει με έτοιμη στρατηγική για την επιχείρησή του.

5A. Περιγραφή εκπαιδευτή (προσόντα/πείρα):

Άγγελος Παρματζιάς - Ειδικός Ψηφιακής Επικοινωνίας, Διαχείρισης Ευρωπαϊκών Έργων και Εκπαιδευτής Ενηλίκων

Ο Άγγελος Παρματζιάς διαθέτει πολυετή εμπειρία στον σχεδιασμό και την υλοποίηση στρατηγικών ψηφιακής επικοινωνίας, διάδοσης αποτελεσμάτων και ψηφιακού μάρκετινγκ, μέσα από τον ρόλο του σε κυπριακούς οργανισμούς που δραστηριοποιούνται σε ευρωπαϊκά χρηματοδοτούμενα έργα (Erasmus+, Horizon Europe, CERV, AMIF). Εργάζεται στο Research Institute for Technological Evolution (RITE) και στο Citizens In Power (CIP), όπου σχεδιάζει και εφαρμόζει ολοκληρωμένες στρατηγικές dissemination, exploitation και communication — συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης social media, δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου, email campaigns και ανάπτυξης ψηφιακής ταυτότητας έργων.

Έχει σχεδιάσει και υλοποιήσει στρατηγικές ψηφιακής προβολής για δεκάδες ευρωπαϊκά έργα, αναπτύσσοντας ιστοσελίδες, διαχειρίζοντας κανάλια social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, X/Twitter), δημιουργώντας οπτικό και γραπτό περιεχόμενο, σχεδιάζοντας newsletters και υλοποιώντας στοχευμένες καμπάνιες ψηφιακής διαφήμισης. Η εμπειρία του καλύπτει τον πλήρη κύκλο ψηφιακής επικοινωνίας: από την ανάλυση κοινού-στόχου και τον σχεδιασμό content strategy, μέχρι τη μέτρηση αποτελεσμάτων μέσω analytics και KPIs.

Παράλληλα, διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία ως εκπαιδευτής ενηλίκων, έχοντας συμμετάσχει ως εισηγητής σε εκπαιδευτικά σεμινάρια, multiplier events και capacity-building δράσεις σε θέματα ψηφιακών δεξιοτήτων, digital marketing, ψηφιακού μετασχηματισμού και επιχειρηματικότητας, σε Κύπρο και Ευρώπη. Η εκπαιδευτική του προσέγγιση είναι βιωματική, πρακτική και προσανατολισμένη στο αποτέλεσμα — κάθε συμμετέχων δουλεύει πάνω στη δική του επιχείρηση και φεύγει με εφαρμόσιμη στρατηγική.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να διαβάσετε και το βιογραφικό σημείωμα που επισυνάπτεται.

6. Σύνδεση με Πρότυπα Επαγγελματικών Προσόντων της ΑνΑΔ:

Δεν ισχύει

7. Μέθοδοι και τεχνικές κατάρτισης:

Μέθοδοι κατάρτισης

Η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί είναι η κατά πρόσωπο εκπαίδευση. Η επιλογή αυτή είναι η πλέον κατάλληλη για ένα πρόγραμμα ψηφιακού μάρκετινγκ που απευθύνεται σε ΜμΕ, καθώς:

- Επιτρέπει στον εκπαιδευτή να εργαστεί εξατομικευμένα με κάθε συμμετέχοντα πάνω στη δική του επιχείρηση.
- Ενισχύει τη δυναμική ομαδικής μάθησης: συμμετέχοντες από διαφορετικούς κλάδους (εστίαση, τουρισμός, υπηρεσίες, λιανικό) μοιράζονται εμπειρίες και αμοιβαία εμπνέονται.
- Διευκολύνει τα live demos σε πλατφόρμες (Meta Business Suite, Google Ads, Canva, analytics dashboards) που απαιτούν step-by-step καθοδήγηση.
- Δημιουργεί κλίμα εμπιστοσύνης που ενθαρρύνει τους λιγότερο εξοικειωμένους να πειραματιστούν.

Τεχνικές Κατάρτισης

1. Τεχνική της Διάλεξης – Εισήγησης

Δομημένη παρουσίαση βασικών εννοιών στην αρχή κάθε ενότητας: αρχές ψηφιακού μάρκετινγκ, λειτουργία αλγορίθμων, δομή sales funnel, κριτήρια στόχευσης. Συνοπτική και εστιασμένη, αφήνοντας τον κύριο χρόνο στην πράξη.

2. Τεχνική της Επίδειξης (Live Demo)

Κεντρικός πυλώνας του προγράμματος. Ο εκπαιδευτής επιδεικνύει σε πραγματικό χρόνο τη δημιουργία καμπάνιας στο Meta Ads Manager, τη σύνταξη post με AI, τη ρύθμιση Google Business Profile, την ανάγνωση analytics dashboard. Οι συμμετέχοντες παρακολουθούν βήμα-βήμα και αμέσως μετά εφαρμόζουν.

3. Βιωματικό Εργαστήριο (Workshop)

Οι συμμετέχοντες εργάζονται απευθείας πάνω στους λογαριασμούς και τις σελίδες των δικών τους επιχειρήσεων. Δημιουργούν content, σχεδιάζουν καμπάνιες, βελτιστοποιούν τα profiles τους. Η μάθηση είναι άμεσα εφαρμόσιμη και μεταφέρσιμη στον χώρο εργασίας.

4. Πρακτική Άσκηση

Δομημένες ασκήσεις σε συγκεκριμένα tasks: δημιουργία buyer persona, σύνταξη 5 social media posts για μία εβδομάδα, σχεδιασμός mini καμπάνιας με budget €50, ανάλυση πραγματικών δεδομένων. Κάθε άσκηση αντιστοιχεί σε πρακτική δεξιότητα.

5. Τεχνική της Μελέτης Περίπτωσης (Case Study)

Σενάρια εμπνευσμένα από κυπριακές ΜμΕ: εστιατόριο στη Λεμεσό που τριπλασίασε τις κρατήσεις μέσω Instagram, μικρό ξενοδοχείο στην Πάφο που αύξησε τις απευθείας

κρατήσεις μέσω Google Ads, freelancer που χτίζει personal brand μέσω LinkedIn. Ανάλυση τι δούλεψε, τι απέτυχε, τι θα άλλαζαν.

6. Τεχνική του Καταιγισμού Ιδεών (Brainstorming)

Χρησιμοποιείται για τον σχεδιασμό content ideas, τη δημιουργία USP (Unique Selling Proposition) κάθε επιχείρησης, και τον εντοπισμό ευκαιριών ψηφιακής ανάπτυξης. Οι συμμετέχοντες εκφράζουν ελεύθερα ιδέες, αξιοποιώντας τη συλλογική δημιουργικότητα.

7. Εργασία σε Ομάδες

Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε μικρές ομάδες (3-4 ατόμων) και συνεργάζονται σε ομαδικά challenges: σχεδιασμός ολοκληρωμένης καμπάνιας, αξιολόγηση ανταγωνιστών, δημιουργία content calendar. Η ομαδική εργασία ενισχύει τη μεταφορά γνώσεων μεταξύ κλάδων.

8. Προσομοίωση

Οι συμμετέχοντες προσομοιώνουν τον ρόλο digital marketing manager μιας επιχείρησης: λαμβάνουν ένα σενάριο (νέο προϊόν, εποχιακή καμπάνια, αντιμετώπιση αρνητικών reviews) και σχεδιάζουν ψηφιακή στρατηγική σε πεπερασμένο χρόνο. Η τεχνική αναπτύσσει ικανότητα λήψης αποφάσεων υπό πίεση.

9. Τεχνική Ερωτήσεων – Απαντήσεων

Χρησιμοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος για αποσαφήνιση εννοιών, αντιμετώπιση αποριών και ανατροφοδότηση. Ιδιαίτερα σημαντική σε ακροατήριο ΜμΕ που φέρνει πολύ συγκεκριμένα ερωτήματα.

7Α. Διαρρύθμιση χώρου κατάρτισης:

Η διαρρύθμιση του χώρου θα είναι σε «Εργαστηριακή Διάταξη με Ομαδική Συνεργασία», όπου κάθε καταρτιζόμενος διαθέτει πρόσβαση σε υπολογιστή ή φορητή συσκευή (laptop/tablet) με σύνδεση στο διαδίκτυο. Οι σταθμοί εργασίας θα είναι διατεταγμένοι σε σχήμα που επιτρέπει την οπτική επαφή με την οθόνη παρουσίασης και τον εύκολο σχηματισμό ομάδων 3-4 ατόμων. Η διάταξη προσφέρει δυνατότητα για hands-on πρακτική στις πλατφόρμες (Meta, Google, Canva κλπ.), ατομική εξάσκηση πάνω στη δική τους επιχείρηση, και ομαδική εργασία. Ο εκπαιδευτής χρησιμοποιεί projector για live demos ενώ μετακινείται ελεύθερα στον χώρο για εξατομικευμένη καθοδήγηση.

8. Μέσα και υλικά κατάρτισης:

Μέσα Κατάρτισης:

- Υπολογιστής εκπαιδευτή και προβολικό σύστημα (projector)
- Εργαστήριο υπολογιστών ή/και φορητών συσκευών με πρόσβαση στο διαδίκτυο
- Διαφάνειες παρουσίασης (PowerPoint/Google Slides)
- Λογαριασμοί demo σε Meta Business Suite, Google Ads, Google Analytics
- Πρόσβαση σε AI εργαλεία: ChatGPT, Canva (για content creation)
- Πίνακας (λευκός) και μαρκαδόροι

Υλικά Κατάρτισης:

- Εγχειρίδιο κατάρτισης (Training Manual) με αναλυτικές οδηγίες βήμα-βήμα
- Βιβλιοθήκη προτύπων: Content Calendar template, Buyer Persona template, Campaign Brief template, Social Media Audit template
- Φύλλα εργασίας (worksheets) για κάθε πρακτική άσκηση
- Checklist: «Τα 10 βήματα για τη ψηφιακή παρουσία της επιχείρησής σου»
- Πίνακας σύγκρισης πλατφορμών (Comparison Matrix)
- Quick reference guides: Meta Ads Manager, Google Business Profile, Canva basics
- Λίστα δωρεάν εργαλείων digital marketing για ΜμΕ

9. Σύστημα τήρησης στοιχείων:

Πιστή τήρηση Παρουσιολογίου

10. Σύστημα αξιολόγησης:

Τύποι Αξιολόγησης

Θα αξιοποιηθούν διαμορφωτική και απολογιστική/τελική αξιολόγηση, συνδυάζοντας ποιοτικές και ποσοτικές μεθόδους.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος θα χρησιμοποιηθούν οι πλατφόρμες Kahoot και Mentimeter για διαμορφωτική αξιολόγηση: σύντομα quiz κατανόησης εννοιών digital marketing, ψηφοφορίες (π.χ. «ποια πλατφόρμα χρησιμοποιείτε περισσότερο;»), word clouds και live polls. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται σε πραγματικό χρόνο, ακολουθούμενα από συζήτηση αναστοχασμού.

Στο τέλος του προγράμματος θα διεξαχθεί απολογιστική αξιολόγηση με ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο.

Άξονες Αξιολόγησης

Εκπαιδευτής: επάρκεια γνώσεων ψηφιακού μάρκετινγκ, σαφήνεια παρουσίασης, ικανότητα εξατομικευμένης καθοδήγησης, σύνδεση με πρακτικές ανάγκες ΜμΕ.

Καταρτιζόμενοι: ενεργός συμμετοχή, συνεργασία, εφαρμογή τεχνικών, ποιότητα παραδοτέων (στρατηγική, content, καμπάνια).

Περιεχόμενο: πρακτική εφαρμοσιμότητα, συνάφεια με κυπριακή αγορά, επικαιρότητα εργαλείων και τεχνικών.

Συνθήκες: καταλληλότητα χώρου, τεχνολογική υποδομή, πρόσβαση σε πλατφόρμες.

Οργάνωση: ροή ενοτήτων, αναλογία θεωρίας/πράξης, τήρηση χρόνων.

Εργαλεία Αξιολόγησης

Διαμορφωτική: Mentimeter, Kahoot (quiz, polls, word clouds).

Απολογιστική: Ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο (Google Forms) που αξιολογεί τον εκπαιδευτή, το περιεχόμενο, τη χρησιμότητα, την εφαρμοσιμότητα, την πρακτική αξία.

Τεχνικές Αξιολόγησης: Ερωτηματολόγια, παρατήρηση κατά τις πρακτικές ασκήσεις, αξιολόγηση παραδοτέων (η στρατηγική που δημιούργησε κάθε συμμετέχων), peer feedback, αναστοχαστική συζήτηση.

Τύποι Ερωτήσεων: Κλειστές (κλίμακα Likert 1-5, πολλαπλής επιλογής), ανοικτές, ερμηνευτικές.

Κλίμακες: Τακτική/Ιεραρχική (Likert 1-5). Αναλογική (1-100) για αυτοεκτίμηση δεξιοτήτων πριν/μετά.

Αποδέκτες: ΚΕΚ, εκπαιδευτής, καταρτιζόμενοι.

Τρόποι Κοινοποίησης: Γραπτή Έκθεση προς ΚΕΚ/ΑνΑΔ. Προφορική Παρουσίαση. Περίληψη αποτελεσμάτων.

11. Πιστοποίηση της κατάρτισης:

Το ΚΕΚ δεσμεύεται για απονομή Πιστοποιητικού Κατάρτισης σε όσους από τους συμμετέχοντες θα ολοκληρώσουν με επιτυχία το πρόγραμμα. Στο Πιστοποιητικό Κατάρτισης, στο κάτω μέρος, θα πρέπει να αναφέρεται: «Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού».

12. Περιεχόμενο κατάρτισης:

Α/Α	ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΕΝΟΤΗΤΩΝ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ (ΩΡΕΣ)
1	<p>Τα Θεμέλια: Ψηφιακό Μάρκετινγκ & Στρατηγική Σκέψη για ΜμΕ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γιατί το ψηφιακό μάρκετινγκ δεν είναι πολυτέλεια αλλά αναγκαιότητα για τις ΜμΕ • Η ψηφιακή καταναλωτική διαδρομή (digital customer journey) στην Κύπρο • Το σύγχρονο sales funnel: Awareness → Consideration → Conversion → Loyalty • Ανάλυση κοινού-στόχου: δημιουργία buyer personas για κυπριακή αγορά • Ψηφιακός έλεγχος (Digital Audit): αξιολόγηση υφιστάμενης online παρουσίας • Workshop: Κάθε συμμετέχων αξιολογεί τη δική του ψηφιακή παρουσία και δημιουργεί buyer persona <p><i>Διάλεξη/Εισήγηση, Επίδειξη, Βιωματικό εργαστήριο, Συζήτηση, Ερωτήσεις-απαντήσεις</i></p>	1
2	<p>Στρατηγική Social Media: Η Σωστή Πλατφόρμα, το Σωστό Περιεχόμενο</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook: στρατηγική για τοπικές ΜμΕ, community building, offers & events • Instagram: visual storytelling, reels, stories, hashtag strategy • TikTok: short-form video, trends, viral content — ευκαιρίες για μικρές επιχειρήσεις • LinkedIn: B2B networking, thought leadership, company page optimization • Google Business Profile: τοπική αναζήτηση, reviews, local SEO βασικά • Workshop: Βελτιστοποίηση profiles & δημιουργία content plan ανά πλατφόρμα <p><i>Διάλεξη/Εισήγηση, Επίδειξη, Πρακτική άσκηση, Εργασία σε ομάδες, Καταιγισμός ιδεών</i></p>	1,5
	ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ	0,25
3	<p>Content Creation: Δημιουργία Περιεχομένου που Πουλάει</p> <ul style="list-style-type: none"> • Copywriting για social media: γράφοντας posts που μετατρέπουν (hooks, CTAs, storytelling) • Visual content: βασικές αρχές σχεδιασμού, εργαλεία (Canva, CapCut) • Video marketing: πώς να δημιουργείτε reels/short videos με smartphone • Content Calendar: μηνιαίος προγραμματισμός περιεχομένου • AI-assisted content: χρήση ChatGPT & Canva AI για ταχεία δημιουργία • Workshop: Δημιουργία 5 posts + 1 reel concept για τη δική σου επιχείρηση <p><i>Επίδειξη, Βιωματικό εργαστήριο, Πρακτική άσκηση, Εργασία σε ομάδες</i></p>	1,5
4	<p>Πληρωμένη Διαφήμιση: Meta Ads & Google Ads για ΜμΕ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meta Ads (Facebook/Instagram): δομή καμπάνιας, στόχευση κοινού, budget, A/B testing • Δημιουργία πρώτης καμπάνιας: βήμα-βήμα στο Meta Ads Manager • Google Ads basics: Search ads, display ads, τοπική διαφήμιση 	1,5

	<ul style="list-style-type: none"> • Remarketing: πώς να «ακολουθείτε» τους ενδιαφερόμενους • Budgeting για ΜμΕ: πώς να ξεκινήσετε με €5-10/ημέρα • Live Demo + Πρακτική: Δημιουργία mock καμπάνιας για τη δική σου επιχείρηση <p><i>Επίδειξη, Βιωματικό εργαστήριο, Πρακτική άσκηση, Προσομοίωση, Μελέτη περίπτωσης</i></p>	
	ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ	0,25
5	<p>Μέτρηση & Βελτιστοποίηση: Από τα Δεδομένα στις Αποφάσεις</p> <ul style="list-style-type: none"> • Βασικά KPIs: reach, engagement, CTR, CPC, conversion rate, ROAS • Google Analytics 4: βασική πλοήγηση, κατανόηση traffic sources, conversions • Meta Insights: ανάγνωση δεδομένων, εντοπισμός τι λειτουργεί • UTM tracking: παρακολούθηση αποτελεσμάτων ανά καμπάνια • Test-Measure-Optimize: η κυκλική λογική βελτιστοποίησης • Case Study: Κυπριακή ΜμΕ που μετέτρεψε δεδομένα σε ανάπτυξη <p><i>Διάλεξη/Εισήγηση, Επίδειξη, Μελέτη περίπτωσης, Πρακτική άσκηση, Ερωτήσεις-απαντήσεις</i></p>	0,75
6	<p>Ολοκλήρωση: Στρατηγική, Σχέδιο Δράσης & Παρουσίαση</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σύνθεση: κάθε συμμετέχων ολοκληρώνει τη στρατηγική digital marketing για την επιχείρησή του • Παρουσίαση στρατηγικών στην ομάδα & peer feedback • Λίστα δωρεάν εργαλείων και πόρων για συνεχή μάθηση • Email marketing basics: η επόμενη μέρα (εισαγωγή σε Mailchimp/Brevo) • Αξιολόγηση προγράμματος & feedback • Ερωτήσεις-απαντήσεις και κλείσιμο <p><i>Πρακτική άσκηση, Εργασία σε ομάδες, Συζήτηση, Ερωτήσεις-απαντήσεις</i></p>	0,75
	ΣΥΝΟΛΟ	7 ώρες

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Η υποβολή της αίτησης προϋποθέτει ότι, το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης έχει ενημερωθεί για τις πρόνοιες του Οδηγού Πολιτικής και Διαδικασιών που διέπουν τη συνεργασία του με την ΑνΑΔ για την εφαρμογή Πολυεπιχειρησιακών Προγραμμάτων Κατάρτισης - Συνήθων, τις αποδέχεται και δεσμεύεται για την πιστή τήρησή τους.

Ημερομηνία _____ Ονοματεπώνυμο Διευθυντή ή Υπογραφή και Σφραγίδα
Εξουσιοδοτημένου Αντιπροσώπου Κέντρου Επαγγελματικής Κατάρτισης