



ΔΙΔΑΚΤΕΑ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑ ΎΛΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: «ΕΝΤΥΠΗ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ»

- Δημιουργική σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης
 - περίληψη (brief)
 - στρατηγική δημιουργίας και ανάπτυξη της διαφήμισης (προσεγγίσεις, σχέδιο εργασίας, χαρακτηριστικά αποτελεσματικού μηνύματος)
 - δημιουργικότητα στη διαφήμιση (δημιουργική ιδέα και δημιουργική διαδικασία)
- Εφαρμογή και υλοποίηση της δημιουργικής ιδέας
 - επιλογή διαφημιστικής έκκλησης
 - πληροφοριακή-λογική έκκληση στην εφαρμογή της δημιουργικής ιδέας
 - συγκινησιακή έκκληση στο διαφημιστικό μήνυμα
 - συνδυασμός λογικών και συγκινησιακών εκκλήσεων στην ανάπτυξη του διαφημιστικού μηνύματος
 - κανόνες υλοποίησης και εκτέλεσης της δημιουργικής ιδέας στη διαφήμιση (κανόνες απλότητας, συνέπειας και συνέχειας, ρήξης και αμφισβήτησης)
- Διαμόρφωση του περιγράμματος
 - ορισμός
 - στάδια εξέλιξης
 - βασικές αρχές ανάπτυξης του περιγράμματος
 - είδη περιγράμματος
 - λειτουργικό και οργανικό περίγραμμα
- Διαμόρφωση του διαφημιστικού κειμένου (Εν.6)
 - επιλογή κατάλληλης λέξης στο κείμενο
 - διαφημιστική ιδέα και συγκεκριμενοποίηση της στο κείμενο
 - μοναδική πρόταση πώλησης και λοιπές προσεγγίσεις στην ανάπτυξη του κειμένου
 - σημεία διαφοροποίησης του κειμένου
 - λειτουργική παρενέργεια του κειμένου
 - μορφή και τρόποι ανάπτυξης του κειμένου
 - κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη του κειμένου
 - κωδικοποιημένη παρουσίαση των μορφών κειμένου
 - επικεφαλίδα στη διαφήμιση
 - σλόγκαν
 - σήμα
 - λογότυπο
 - ραδιοφωνικό κείμενο της διαφήμισης
 - τηλεοπτικό κείμενο της διαφήμισης
- Απεικόνιση της διαφήμισης (Εν.7)
 - ρητορική της απεικόνισης



Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

(πρ. Τ.Ε.Ι. Πάτρας & πρ. Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου)

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Μάθημα: Έντυπη και Ηλεκτρονική Διαφήμιση

- απεικόνιση στις διεθνείς διαφημιστικές εκστρατείες
- στόχοι της απεικόνισης
- συστατικά μέρη της απεικόνισης
- απεικόνιση στην τηλεοπτική διαφήμιση
- Διαδικασία επεξεργασίας της πληροφορίας στη διαφήμιση (Εν.8)
 - θεωρία σχημάτων στην επεξεργασία της πληροφορίας στη διαφήμιση
 - ανάμιξη του δέκτη στην επεξεργασία της πληροφορίας στη διαφήμιση
 - διάθεση, διέγερση, σθένος στη διαδικασία επεξεργασίας της πληροφορίας στη διαφήμιση
 - διαφήμιση και υποσυνείδητο δέκτη
- Αποτελεσματικότητα της διαφήμισης (Εν.9)
 - εμπόδια των διαφημιστικών εκστρατειών και επίδραση τους
 - παράγοντες αποτελεσματικότητας
 - προϋποθέσεις για την αποτελεσματική διαφήμιση
- Έλεγχος αποτελεσματικότητας της διαφήμισης (Εν.10)
 - δυσκολία μέτρησης της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης
 - μέθοδοι προκαταρκτικού ελέγχου της διαφήμισης
 - μέθοδοι τελικού ελέγχου της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης
 - συμπληρωματικές μέθοδοι

Στην εξεταστέα ύλη του μαθήματος συμπεριλαμβάνονται οι παραπάνω θεματικές ενότητες, οι οποίες παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν κατά τη διάρκεια του εξαμήνου καθώς τα αντίστοιχα κεφάλαια και υποκεφάλαια από τα προτεινόμενα βιβλία που επέλεξαν οι φοιτητές

Ενδεικτικά, από το βιβλίο του Γ.Χ. Ζώτου (Διαφήμιση, 2008) η εξεταστέα ύλη αντιστοιχεί στα Κεφάλαια: 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16 και 17.

Οι διαφάνειες του μαθήματος είναι διαθέσιμες στο e-class.

Για οποιαδήποτε άλλη διευκρίνιση σχετικά με την εξεταστέα ύλη, μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μου, στο ακόλουθο e-mail: gspais@otenet.gr

Ο διδάσκοντας
Δρ. Γεώργιος Σ. Σπαής