

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

1° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Θέμα #26098

ΘΕΜΑ 2°(1.ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ, 1.1 Ορισμός – Υποκείμενο και αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων, 1.1.2 Οι δημόσιες σχέσεις είναι επιστήμη)

i) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

α) Αν ο δέκτης πάψει να λειτουργεί, έχουμε μονόλογο του πομπού, γεγονός που **δεν** επηρεάζει τη διαδικασία των δημοσίων σχέσεων.

β) Οι δημόσιες σχέσεις είναι μια επιστήμη η οποία μάλιστα συγκαταλέγεται στις κοινωνικές επιστήμες, αφού έχει ως αντικείμενο μελέτης τον άνθρωπο και τη συμπεριφορά του.

γ) Οι δημόσιες σχέσεις είναι τεχνική που στοχεύει στην παραπλάνηση και το ψέμα.

δ) Οι δημόσιες σχέσεις αποβλέπουν στην καλύτερευση των σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, της διοίκησής της και του κοινού, δηλαδή των πελατών της.

ε) Η επιστήμη των δημοσίων σχέσεων, εφαρμόζεται μόνο από ανθρώπους που έχουν κάποια θεωρητική ή πρακτική κατάρτιση. **(Μονάδες 15)**

ii) Στην προσπάθεια να αποδοθεί καλύτερα η έννοια του όρου Δημόσιες Σχέσεις έχουν διατυπωθεί πολλοί και διάφοροι ορισμοί. Ποιο είναι το συμπέρασμα στο οποίο αυτοί μας οδηγούν; **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

i)

α) Λ

β) Σ

γ) Λ

δ) Σ

ε) Λ

ii) Στην προσπάθεια να αποδοθεί καλύτερα η έννοια του όρου Δημόσιες Σχέσεις έχουν διατυπωθεί πολλοί και διάφοροι ορισμοί, οι οποίοι μας οδηγούν στο παρακάτω συμπέρασμα: «οι δημόσιες σχέσεις είναι η διοικητική λειτουργία της επικοινωνίας όλων των οργανισμών και επιχειρήσεων του δημόσιου ή του ιδιωτικού φορέα η οποία λειτουργεί με βάση την οργάνωση και τον προγραμματισμό στοχεύει στη δημιουργία και διατήρηση».

Μέσα από τον ορισμό αυτό προκύπτει ότι οι δημόσιες σχέσεις είναι σχέσεις ανάμεσα σε υποκείμενο (οργανισμό ή επιχείρηση) και αντικείμενο (το κοινό). Η σχέση αυτή πραγματώνεται μέσω των δημοσίων σχέσεων με τη διαδικασία “πομπού - δέκτη”, ως υποκειμένου και αντικειμένου, αντίστοιχα.

Θέμα #26099

ΘΕΜΑ 2°(1.ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ, 1.1 Ορισμός – Υποκείμενο και αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων, 1.1.2 Οι δημόσιες σχέσεις είναι επιστήμη)

i) Να γράψετε το γράμμα κάθε μίας από τις παρακάτω προτάσεις και, δίπλα, μία από τις λέξεις που συμπληρώνει σωστά την πρόταση.

(Σημειώνεται ότι 4 από τις λέξεις θα περισσέψουν).

Λέξεις που δίνονται: μέθοδος, επιστήμη, θετικές, κοινωνικές, ψυχαγωγία, συμπεριφορά, εμπειρία, τέχνη, αλήθεια.

α) Οι δημόσιες σχέσεις είναι μια _____ η οποία μάλιστα συγκαταλέγεται στις _____ επιστήμες, αφού έχει ως αντικείμενο μελέτης τον άνθρωπο και τη(ν) _____ του.

β) Οι δημόσιες σχέσεις είναι _____ και τεχνική που στοχεύει στη(ν) _____ και στην ειλικρίνεια.

(Μονάδες 15)

ii) Να γράψετε τους αριθμούς 1, 2 από τη στήλη Α και δίπλα ένα από τα γράμματα α, β, γ, δ, ε της στήλης Β που δίνει τη σωστή αντιστοίχιση.

| Στήλη Α | Στήλη Β |
|-----------|--|
| 1. Πομπός | α. Εκπέμπει όσα θέλει και όπου θέλει |
| 2. Δέκτης | β. Λαμβάνει μηνύματα |
| | γ. Είναι ο τελικός στόχος της επικοινωνίας |
| | δ. Δημιουργεί την εικόνα που αυτός θέλει |
| | ε. Μεταβιβάζει σκέψεις και συναισθήματα |

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

i) α) επιστήμη, κοινωνικές, συμπεριφορά

β) τέχνη, αλήθεια

ii) 1: α, δ, ε

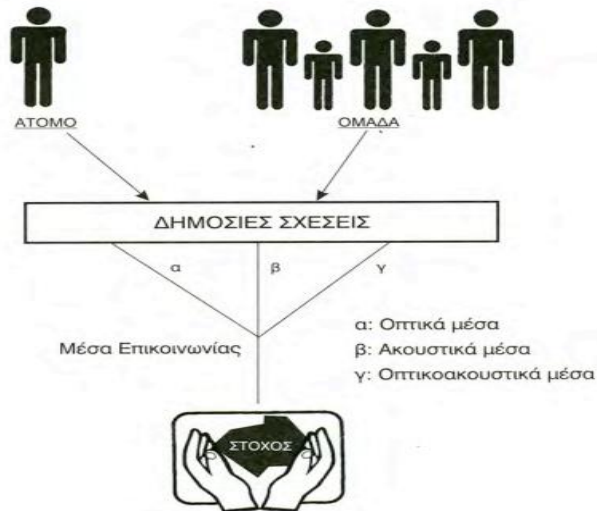
2: β, γ

Θέμα #26100

ΘΕΜΑ 4^ο

1.ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ, 1.1 Ορισμός – Υποκείμενο και αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων, 1.1.2 Οι δημόσιες σχέσεις είναι επιστήμη

Η επικοινωνία στις δημόσιες σχέσεις διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο. Ποια είναι τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση του παρακάτω σχήματος;



Στόχος: Δημιουργία αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης

(Μονάδες 25)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

Τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν από την ανάλυση του σχήματος, είναι τα εξής:

- 1) Η λειτουργία της επικοινωνίας, μέσω της οποίας έχουμε άμεση επίτευξη του στόχου των δημοσίων σχέσεων με την εφαρμογή α) της οργάνωσης και β) του προγραμματισμού.
- 2) Το υποκείμενο των δημοσίων σχέσεων, το οποίο δημιουργεί δημόσιες σχέσεις με α) το άτομο και β) την ομάδα.
- 3) Τη δημιουργία αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης, που είναι ο στόχος των δημοσίων σχέσεων, α) με το υποκείμενο, το οποίο κατανοεί τις ανάγκες του κοινού και β) με το κοινό, ως αντικείμενο, το οποίο κατανοεί τα μηνύματα και τις ενέργειες του υποκειμένου.

Θέμα #26101

ΘΕΜΑ 4^ο (1.ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ, 1.1 Ορισμός – Υποκείμενο και αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων, 1.1.2 Οι δημόσιες σχέσεις είναι επιστήμη)

α) Να αποδώσετε με τον ορισμό που αποδέχεται η Ελληνική Εταιρία Δημοσίων Σχέσεων, την έννοια του όρου «Δημόσιες Σχέσεις».

(Μονάδες 8)

β) Ποια είναι η σχέση που πραγματώνεται μέσω των δημοσίων σχέσεων και με ποια διαδικασία; Να περιγράψετε τη διαδικασία αυτή, ορίζοντας τις έννοιες του «πομπού» και του «δέκτη».

(Μονάδες 17)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) «Δημόσιες Σχέσεις» είναι η συστηματική και προγραμματισμένη συνεχής προσπάθεια για τη δημιουργία και διατήρηση σχέσεων αμοιβαίας κατανόησης και καλής θέλησης ανάμεσα σε μια οργανωμένη ομάδα (ή ένα άτομο) και το κοινό της.

β) Οι δημόσιες σχέσεις είναι σχέσεις ανάμεσα σε υποκείμενο (οργανισμό ή επιχείρηση) και αντικείμενο (το κοινό). Η σχέση αυτή πραγματώνεται μέσω των δημοσίων σχέσεων με τη διαδικασία “πομπού – δέκτη”, ως υποκειμένου και αντικειμένου, αντίστοιχα. Στη διαδικασία αυτή ο πομπός εκπέμπει όσα θέλει και όπου θέλει. Λέει όσα τον ευνοούν. Δημιουργεί αυτός την εικόνα που θέλει.

Πομπός είναι το άτομο ή ομάδα ατόμων ή εκπρόσωπος οργανισμού που δημιουργεί την επικοινωνία μεταβιβάζοντας σκέψεις, συναισθήματα και γενικά μηνύματα προσωπικής και επαγγελματικής ανάγκης, κάνει διάλογο με το κοινό, δέχεται ανοικτά την κριτική και ανάλογα προσαρμόζεται ή βελτιώνεται.

Δέκτης είναι το κοινό που λαμβάνει τα μηνύματα του υποκειμένου των δημοσίων σχέσεων και μπορεί να είναι ένα άτομο ή ομάδα ατόμων. Ο δέκτης είναι ένα από τα ουσιαστικά στοιχεία της επικοινωνίας αφού αποτελεί και τον τελικό στόχο αυτής και αντιδρά θετικά ή

αρνητικά.

Θέμα #26164

ΘΕΜΑ 2° (1.2 Σύγκριση των δημοσίων σχέσεων με άλλες λειτουργίες της επικοινωνίας)

α) Να γίνει ονομαστική αναφορά στις λειτουργίες επικοινωνίας.

(Μονάδες 12)

β) Να διατυπωθούν οι στόχοι για κάθε μία από τις παραπάνω λειτουργίες επικοινωνίας.

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) i) Δημόσιες σχέσεις

ii) Προπαγάνδα

iii) Ενημέρωση

iv) Διαφήμιση και

v) marketing

β) i) Οι δημόσιες σχέσεις στοχεύουν να δημιουργήσουν, να καλλιεργήσουν και να διατηρήσουν στο κοινό κλίμα εμπιστοσύνης.

ii) Η Προπαγάνδα στοχεύει να προσηλυτίσει, να αποκτήσει οπαδούς.

iii) Η ενημέρωση στοχεύει να δώσει πληροφορίες, να διαφωτίσει.

iv) Η διαφήμιση στοχεύει στην προβολή ανθρώπων, προϊόντων, ιδεών και

v) Το marketing στοχεύει στην έρευνα και στην κατανόηση της αγοράς.

Θέμα #26178

ΘΕΜΑ 4ο (1.2.1. Ενημέρωση)

α) Ποιες οι διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ ενημέρωσης και δημοσίων σχέσεων;

(Μονάδες 13)

β) Ποια τα κοινά σημεία μεταξύ ενημέρωσης και δημοσίων σχέσεων;

(Μονάδες 12)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Οι διαφορές μεταξύ ενημέρωσης και δημοσίων σχέσεων είναι οι εξής:

i) Οι δημόσιες σχέσεις αποβλέπουν στη δημιουργία ενός κλίματος αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ μίας επιχείρησης και του κοινού ενώ η ενημέρωση απλώς δίδει πληροφορίες.

ii) Οι δημόσιες σχέσεις εντάσσονται στις βασικές λειτουργίες της διοίκησης μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και υλοποιούνται βασικά από άτομα που έχουν την ανάλογη εξειδίκευση, ενώ η ενημέρωση δεν είναι διοικητική λειτουργία που σταθμίζει τις απόψεις και τις τάσεις του κοινού.

iii) Οι δημόσιες σχέσεις είναι μία μόνιμη οργανωμένη και προγραμματισμένη λειτουργία σε οποιαδήποτε επιχειρηματική μονάδα δημόσιου ή ιδιωτικού χαρακτήρα, που έχει σκοπό να πετύχει και να διατηρήσει την κατανόηση, τη συμπάθεια και την εμπιστοσύνη όλων εκείνων, ατόμων, ομάδων, επιχειρήσεων κτλ., με τους οποίους έχει συναλλαγές και σχέσεις, ενώ κάτι τέτοιο δε συμβαίνει με την ενημέρωση.

β) Κοινά σημεία μεταξύ ενημέρωσης και δημοσίων σχέσεων είναι τα εξής:

i) Επικρατεί και στους δύο ελεύθερος διάλογος μεταξύ ενός φορέα, που κάνει δημόσιες σχέσεις, και από κοινού, που λαμβάνει τα μηνύματα της ενημέρωσης.

ii) Χρησιμοποιούν τα ίδια μέσα επικοινωνίας με το κοινό (ραδιόφωνο, τηλεόραση, τύπο, κινηματογράφο, διαδίκτυο).

iii) Επιδιώκουν λεπτομερή γνωστοποίηση ενός θέματος σε τέτοιο βαθμό, ώστε οι αποδέκτες των μηνυμάτων τους να το συνειδητοποιούν πλήρως.

Θέμα #26165

ΘΕΜΑ 2ο (1.2.1. Ενημέρωση)

α) Να δώσετε τον ορισμό της ενημέρωσης.

(Μονάδες 12)

β) Να περιγράψετε αναλυτικά τη σημασία της ενημέρωσης.

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Ενημέρωση είναι μία λειτουργία επικοινωνίας μεταξύ ενός ατόμου ή μίας ομάδας και του κοινού, η οποία αποβλέπει στη γενική γνωστοποίηση ενός θέματος ή στην ειδική, σε βάθος και πλάτος γνωστοποίηση με ειλικρινή και υπεύθυνο τρόπο.

β) Η ενημέρωση έχει μεγάλη σημασία για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία. Η ευθύνη για αυτούς που την παρέχουν είναι σημαντική, διότι πρέπει να “ενημερώσουν” και όχι να “υπνωτίσουν”, να περιορίσουν την άγνοια και όχι να τη διαιωνίσουν, να διευκολύνουν γεγονότα χωρίς να δημιουργήσουν σύγχυση. Τέλος, η ενημέρωση στη σύγχρονη κοινωνία πρέπει να ανήκει στην υπηρεσία του πολίτη σε οποιαδήποτε κοινωνική- επαγγελματική ομάδα κι αν βρίσκεται αυτός. Πρέπει να γίνει κατανοητό ότι δεν μπορεί να υπάρξουν αληθινά δημοκρατικά πολιτεύματα χωρίς την ελεύθερη ποιοτική και πλήρη ενημέρωση του λαού.

Θέμα #26177

ΘΕΜΑ 4ο (1.2.2. Προπαγάνδα)

α) Ποιες οι διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ προπαγάνδας και δημοσίων σχέσεων; (Να αναφερθείτε σε αυτές αναλυτικά).

(Μονάδες 10)

β) Ποια τα μέσα που χρησιμοποιεί η προπαγάνδα;

(Μονάδες 10)

γ) Ποιος ο ορισμός της προπαγάνδας;

(Μονάδες 5)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Οι διαφορές είναι:

i) Η προπαγάνδα επιζητεί να εκμεταλλευτεί τις υπάρχουσες ικανότητες του ανθρώπινου πνεύματος, σε αντίθεση με τις δημόσιες σχέσεις, που επιδιώκουν αντικειμενική ενημέρωση και κατανόηση και αναπτύσσουν τις δυνατότητες συνεργασίας και προόδου της κοινωνίας.

ii) Η προπαγάνδα παραμένει μονόλογος και επιζητεί την ανεπιφύλακτη αποδοχή. Οι δημόσιες σχέσεις απευθύνονται στη λογική του ανθρώπου, στην πείρα του, σέβονται την κρίση του και προσπαθούν να το κάνουν να διαμορφώσει ελεύθερα τη γνώμη και τη συμπεριφορά του, ενώ στόχος τους είναι ο διάλογος. Αντίθετα, η προπαγάνδα απευθύνεται στο συναίσθημα και τα πάθη και προσπαθεί να επιβληθεί με κάθε μέσο.

iii) Τέλος, η προπαγάνδα προσπαθεί να πείσει, να αποσπάσει την παραδοχή για ένα δόγμα, για μία πίστη και για μία ιδεολογία και να αποκτήσει οπαδούς, οι δημόσιες σχέσεις επικοινωνούν με το κοινό, δέχονται αντιρρήσεις ή επιβεβαιώσεις και επιδιώκουν να καλλιεργήσουν κλίμα εμπιστοσύνης.

β) Είναι όλα τα μέσα επικοινωνίας τα οποία κατατάσσονται σε 3 μεγάλες κατηγορίες. Πιο συγκεκριμένα είναι:

i) Ο προφορικός λόγος.

ii) Ο γραπτός λόγος και

iii) διάφορα μέσα που έχουν ιδιαίτερη σημασία και ειδική βαρύτητα και επίδραση όπως: το σύμβολο, το σύνθημα, η ιδεολογία.

γ) Προπαγάνδα είναι η λειτουργία επικοινωνίας μεταξύ ενός στόχου ή μίας ομάδας και του κοινού, η οποία έχει σκοπό τη διάδοση, κατά τρόπο συστηματικό, ιδεών, αντιλήψεων ή θεωριών - με τη χρησιμοποίηση θεμιτών ή αθέμιτων μέσων, ώστε να διαμορφώσει το κοινό μία συγκεκριμένη τάση ή κατεύθυνση.

Θέμα #27838

ΘΕΜΑ 2° (1.2.3. Διαφήμιση)

α) Δώστε τον ορισμό της διαφήμισης. Ποια είναι η σημασία της στη σύγχρονη κοινωνία; **(Μονάδες 12)**

β) Που αποβλέπει η διαφήμιση και ποιες επιστήμες έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της διαφήμισης ως τεχνικής επικοινωνίας και γιατί; **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Διαφήμιση είναι η λειτουργία επικοινωνίας μεταξύ ενός ατόμου ή μιας ομάδας (επιχείρηση) και του κοινού, η οποία στοχεύει στην προβολή πραγμάτων, προϊόντων, υπηρεσιών κ.ά., με σκοπό την προώθηση, επέκταση ή αύξηση των πωλήσεων τους ή τη δημιουργία ή διατήρηση της φήμης και πελατείας τους.

Με την επίδραση της διαφήμισης ο άνθρωπος βάζει στόχους για ένα καλύτερο σπίτι, καλύτερα ρούχα, καλύτερη τροφή για τον ίδιο και την οικογένειά του. Κεντρίζει την ατομική προσπάθεια για την αύξηση της παραγωγής. Φέρνει κοντά και οδηγεί σε γόνιμη ένωση πράγματα τα οποία, αλλιώς, δε θα είχαν ποτέ συναντηθεί. Βέβαια, υπάρχει και η άλλη πλευρά, σύμφωνα με την οποία η διαφήμιση κατακρίνεται για τις παραβάσεις της και τις υπερβολές της.

Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι, παρ' όλα αυτά, η διαφήμιση παίζει ένα σπουδαίο ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία, διότι εξασφαλίζει γρήγορα κέντρα κατανάλωσης σε επιχειρήσεις που κινούνται στο πλαίσιο της μαζικής παραγωγής.

β) Η διαφήμιση αποβλέπει, στην προβολή, για την απόκτηση νέας πελατείας ή τη διατήρηση της ήδη υπάρχουσας. Κατά την άποψή μας, στην ανάπτυξη της διαφήμισης ως τεχνικής επικοινωνίας καθοριστικό ρόλο έπαιξαν οι επιστήμες της κοινωνιολογίας και της ψυχολογίας. Μέσω αυτών έγινε προσπάθεια να κατανοηθεί το πώς διαμορφώνεται η ανθρώπινη συμπεριφορά και ποιοι παράγοντες την επηρεάζουν, αφού στόχος της διαφήμισης παραμένει πάντα η δυνατότητα επίδρασης στην ανθρώπινη συμπεριφορά για όφελος του διαφημιζομένου.

Θέμα #27840

ΘΕΜΑ 4°(1.2.3. Διαφήμιση)

α) Γράψτε 3 κοινά σημεία μεταξύ της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων. **(Μονάδες 12)**

β) Γράψτε 3 διαφορές μεταξύ της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων. **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Τα κοινά σημεία μεταξύ της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων είναι τα εξής:

i) Χρησιμοποιούν τα ίδια μέσα μαζικής επικοινωνίας

ii) Απευθύνονται στο κοινό

iii) Χρησιμοποιούν έντυπα με διάφορες μορφές, π.χ. εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία κτλ.

iv) Χρησιμοποιούν για τη διακίνηση και την προβολή τους τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, π.χ. ραδιόφωνο, τηλεόραση, Ίντερνετ.

β) Οι διαφορές μεταξύ της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων είναι οι εξής:

i) Οι δημόσιες σχέσεις απευθύνονται στον άνθρωπο, στο κοινωνικό άτομο ή στο σύνολο, ενώ η διαφήμιση απευθύνεται στον οικονομικό άνθρωπο, στον πελάτη που πρέπει να αγοράσει.

ii) Οι δημόσιες σχέσεις συνδιαλέγονται με τον άνθρωπο. Δεν προσπαθούν να του διοχετεύσουν οτιδήποτε χωρίς να ακούσουν την άποψή του, όπως συμβαίνει με τη διαφήμιση.

iii) Οι δημόσιες σχέσεις προβάλλουν γεγονότα, καταστάσεις και πραγματικότητες. Η διαφήμιση συχνά δεν παρουσιάζει την αλήθεια και παραμορφώνει γεγονότα και πραγματικότητες.

iv) Οι δημόσιες σχέσεις δεν αγοράζουν χώρο στα μέσα επικοινωνίας, αλλά απευθύνονται ελεύθερα σ' αυτά. Αντίθετα, η διαφήμιση αγοράζει χώρο, διότι θέλει να πουλήσει. Δεν είναι βέβαιο αν θα δημοσιευτεί το κείμενο που αφορά τις Δ.Σ. και στέλνεται σε μια εφημερίδα ή σε ένα περιοδικό. Η δημοσίευση όμως της διαφήμισης είναι κάτι το σίγουρο.

Θέμα #27842

ΘΕΜΑ 4^ο (1.2.4. Μάρκετινγκ)

Δώστε τον ορισμό του Μάρκετινγκ. Συγκρίνετε το Μάρκετινγκ και τις Δημόσιες Σχέσεις. Ποια σημεία εντοπίζετε;

(Μονάδες 25)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

Μάρκετινγκ είναι η επιστήμη της αγοράς η οποία ασχολείται με τη δημιουργική δράση και συνεργασία εκείνων των υπηρεσιών, λειτουργιών και διαδικασιών, που συμπλέκονται στον τελικό σκοπό κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας και στην επιδίωξη του κέρδους από τη σχέση επιχείρησης και πελάτη. Αν συγκρίνουμε τις λειτουργίες του μάρκετινγκ με τις αντίστοιχες των δημοσίων σχέσεων, εντοπίζουμε τα παρακάτω:

- i. Οι δημόσιες σχέσεις και το μάρκετινγκ, είναι ανεξάρτητες λειτουργίες επικοινωνίας και διαφέρουν ως προς το περιεχόμενο και το στόχο τους. Το μάρκετινγκ παρακολουθεί και ερευνά συστηματικά την εγχώρια και ξένη αγορά και δημιουργεί δίκτυα προώθησης πωλήσεων, ενώ οι δημόσιες σχέσεις λειτουργούν στο πλαίσιο της κοινωνικής και καταναλωτικής παρουσίασης και προβολής της επιχείρησης.
- ii. Οι δημόσιες σχέσεις και το μάρκετινγκ συμπιπτουν σε κάποια σημεία. Αυτό συμβαίνει σε μικρές κατά κανόνα επιχειρήσεις, όπου οι λειτουργίες των δημοσίων σχέσεων και του μάρκετινγκ συγχέονται, και όπου οι δύο τομείς, ενώ ερευνούν την αγορά και προωθούν τις πωλήσεις κάνουν ταυτόχρονα και διάφορες άλλες ενέργειες και προβάλλουν με αξιοπιστία τη φήμη της επιχείρησης.
- iii. Οι δημόσιες σχέσεις πολλές φορές εξυπηρετούν ή μάλλον υπηρετούν και τις ανάγκες του μάρκετινγκ και αντίστροφα. Αυτό συμβαίνει, όταν οι επιχειρήσεις έχουν οργανώσει και έχουν δώσει έμφαση περισσότερο, π.χ., στη λειτουργία των δημοσίων σχέσεων, ενώ ένα μόνο τμήμα τους ασχολείται με τις υπηρεσίες του μάρκετινγκ, και αντίστροφα.

Θέμα #27839

ΘΕΜΑ 2^ο(1.2.4. Μάρκετινγκ)

α) Δώστε τον ορισμό του Μάρκετινγκ. Ποια είναι η σπουδαιότητα του μάρκετινγκ στη σύγχρονη κοινωνική διάρθρωση;

(Μονάδες 12)

β) Τι επιδιώκει το Μάρκετινγκ

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Μάρκετινγκ είναι η επιστήμη της αγοράς η οποία ασχολείται με τη δημιουργική δράση και συνεργασία εκείνων των υπηρεσιών, λειτουργιών και διαδικασιών, που συμπλέκονται στον τελικό σκοπό κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας και στην επιδίωξη του κέρδους από τη σχέση επιχείρησης και πελάτη.

Η τεχνολογική πρόοδος, η μεγάλη ελπίδα του 20ού αιώνα, επιτρέπει σήμερα την κατασκευή και παραγωγή κάθε προϊόντος, ενώ ταχύτατα εισέρχεται σε νέους τομείς δράσης. Αυτή, όμως, η δυνατότητα δε θα είχε και τόση σημασία, αν δεν μπορούσε να μελετά και να κατευθύνει την παραγωγή προϊόντων εμπορεύσιμων, τα οποία, με την ανάπτυξη της επικοινωνίας, να καταναλώνονται εύκολα, να καλύπτουν πραγματικές ανάγκες του αγοραστή και να ικανοποιούν τις επιθυμίες και τις προτιμήσεις του καταναλωτή, μόλις εμφανιστούν στην αγορά. Ο συσχετισμός αυτός εύκολα αποδεικνύει τον εποικοδομητικό ρόλο και τη σπουδαιότητα του μάρκετινγκ στη σύγχρονη κοινωνική διάρθρωση.

β) Το μάρκετινγκ επιδιώκει:

- i. Τον προσανατολισμό της παραγωγής στις επιθυμίες του καταναλωτή.
- ii. Τη δημιουργία νέων προϊόντων για την καλύτερη ικανοποίηση αυτής της επιθυμίας.
- iii. Τη διευκόλυνση του καταναλωτή να ικανοποιήσει τις επιθυμίες του με το συγκεκριμένο προϊόν· φροντίζει δηλαδή για την τοποθέτηση του προϊόντος στο σωστό τόπο, χρόνο και στη σωστή θέση, για τη σωστή τιμή κτλ.

iv. Την αύξηση του κέρδους, τόσο με την αύξηση των πωλήσεων όσο και με τη μεγιστοποίηση του περιθωρίου ανάμεσα στο κόστος και στην τιμή πώλησης.

Θέμα #32146

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Ποια είναι τα μειονεκτήματα της ανεξάρτητης ή ελεύθερης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 10)**

β) Τι γνωρίζετε για την εντιμότητα, την εμφάνιση και την κοινωνικότητα που πρέπει να έχουν οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 15)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Τα μειονεκτήματα της ανεξάρτητης ή ελεύθερης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων είναι:

i. Μικρότερος βαθμός επαφής με τις εσωτερικές εργασίες και με τα προβλήματα της οικονομικής μονάδας, σε σχέση με την εξαρτημένη υπηρεσία δημοσίων σχέσεων.

ii. Πιθανή αντίδραση του προσωπικού προς τις υποδείξεις οργάνου που βρίσκεται έξω από την ιεραρχία της μονάδας, με συνέπεια την περιορισμένη επιρροή του στην επιχειρηματική πολιτική.

β) Η εντιμότητα και η ακεραιότητα του χαρακτήρα του στελέχους δημιουργούν εμπιστοσύνη στη διοίκηση, η οποία έχει ανάγκη από ένα έμπιστο στέλεχος. Είναι ζωτικής σημασίας για τη διοίκηση να έχει στελέχη που να μην επηρεάζονται από άλλους παράγοντες ή από άλλα συμφέροντα.

Δύο βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν θετικά ένα στέλεχος δημοσίων σχέσεων είναι η εμφάνισή του και ο τρόπος επικοινωνίας του με τους ανθρώπους ανεξάρτητα από τη θέση που αυτοί κατέχουν και από τη μόρφωση που έχουν. Ένα σωστό στέλεχος πρέπει να έχει άψογους τρόπους και ανεξάρτητο πνεύμα. Πρέπει επίσης να προσέχει η παρουσία του να είναι διακριτική, το ντύσιμό του κόσμιο και να χαρακτηρίζεται από σχολαστική καθαριότητα.

Θέμα #32147

ΘΕΜΑ 4^ο (ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1, 5.2.1.3. Η δημιουργία της εικόνας, 5.2.2.1. Καθορισμός στόχων του προγράμματος)

α) Υποθέστε ότι είστε επαγγελματίας των δημοσίων σχέσεων. Τι θα λάβετε υπόψη κατά την κατάρτιση ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων για να καθορίσετε τους στόχους του; **(Μονάδες 15)**

β) Γράψτε τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει η «εικόνα» του αντικειμένου των δημοσίων σχέσεων.

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η πρώτη διαδικασία κατά την κατάρτιση του προγράμματος είναι να καθορίσουμε τους στόχους του. Οι στόχοι αυτοί δεν είναι δυνατόν να είναι ούτε γενικοί ούτε αόριστοι, αλλά οπωσδήποτε πρέπει να είναι συγκεκριμένοι. Μάλιστα, σ' αυτή την περίπτωση το αποτέλεσμα είναι περισσότερο σημαντικό. Οι στόχοι του προγράμματος θα πρέπει να είναι εναρμονισμένοι με τους γενικούς σκοπούς που επιδιώκει η οικονομική μονάδα και να έχουν συζητηθεί, αναλυθεί και καθοριστεί σε συνεργασία με τη διοίκησή της.

β) Η «εικόνα» του αντικειμένου των δημοσίων σχέσεων θα πρέπει:

i. Να είναι πραγματική και καθαρή.

ii. Να είναι εκφραστική, ιδιαίτερα στα σημεία στα οποία το αντικείμενο πλεονεκτεί.

iii. Να βρίσκεται σε πλήρη αλληλεξάρτηση με τις προηγούμενες «εικόνες».

iv. Να είναι προσαρμοσμένη για το είδος του κοινού στο οποίο απευθύνεται.

2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Θέμα #25998

ΘΕΜΑ 2^ο(2.1.1. Προϊστορική εποχή και δημόσιες σχέσεις)

α) Η δημιουργία της οικογένειας είναι η πρωταρχική μορφή σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Αιτιολογήστε την παραπάνω αναφορά. **(Μονάδες 15)**

β) Τι ρόλο διαδραμάτισαν οι σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων την προϊστορική εποχή. **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Από τη στιγμή της συγκρότησης οικογενειών ο άνθρωπος αλλάζει τρόπο σκέψης, αρχίζει να σκέπτεται την εξασφάλιση της προστασίας και συνοχής της οικογένειας έτσι ώστε να μην είναι εύκολη η διάσπασή της. Το σύνολο των οργανωμένων οικογενειών, που έχουν εγκατασταθεί σε ένα μόνιμο μέρος, επικοινωνούν μεταξύ τους με κοινή γλώσσα, έχουν κοινή θρησκεία και κοινές συνήθειες, καθώς και τα ίδια ήθη και έθιμα. Όλες αυτές οι οικογενειακές ομάδες αποτελούν τις πρώτες μικρές κοινωνίες, οι οποίες με το πέρασμα των χρόνων συνεχώς αναπτύσσονται και εξελίσσονται κοινωνικά και πολιτικά.

β) Οι δημόσιες σχέσεις, με την μορφή που είχαν την προϊστορική εποχή, δηλαδή με την πιο απλή μορφή σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων που ξεκίνησε από την ανάγκη του ανθρώπου να έρθει σε επαφή με άλλους, είχαν ως αποτέλεσμα την κοινωνική και πολιτική του εξέλιξη.

Θέμα #26136

ΘΕΜΑ 4^ο (2.1.1. Προϊστορική εποχή και δημόσιες σχέσεις, 2.1.2. Αρχαίοι πολιτισμοί και δημόσιες σχέσεις, 2.1.3. Αρχαίος ελληνικός πολιτισμός και δημόσιες σχέσεις)

α) Γιατί η καθιέρωση γιορτών όπως τα Παναθήναια, τα Πύθια, οι Ολυμπιακοί και Πανελλήνιοι Αγώνες, τα Διονύσια εντάσσονται στο πλαίσιο λειτουργίας των δημοσίων σχέσεων για τους αρχαίους Έλληνες. **(Μονάδες 12)**

β) Γιατί η «λειτουργία» της περίφημης «Αγοράς των Αθηναίων» εντάσσεται στο πλαίσιο λειτουργίας των δημοσίων σχέσεων για τους αρχαίους Έλληνες. **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η καθιέρωση γιορτών όπως τα Παναθήναια, τα Πύθια, οι Ολυμπιακοί και Πανελλήνιοι Αγώνες, τα Διονύσια, που έφεραν σε επικοινωνία όλους τους Έλληνες μεταξύ τους και είχαν σκοπό να συμβάλλουν στην καλλιέργεια και στην ανάπτυξη του πνεύματος αλληλεγγύης και εθνικής συνοχής.

β) Η «λειτουργία» της περίφημης «Αγοράς των Αθηναίων» εντάσσεται στο πλαίσιο λειτουργίας των δημοσίων σχέσεων για τους αρχαίους Έλληνες διότι ήταν τόπος συζητήσεων, επικοινωνίας, ενημέρωσης των πολιτών και κυρίως προσανατολισμού της κοινής γνώμης σχετικά με διάφορα θέματα.

Θέμα #26134

ΘΕΜΑ 2^ο (2.1.1. Προϊστορική εποχή και δημόσιες σχέσεις, 2.1.3. Αρχαίος ελληνικός πολιτισμός και δημόσιες σχέσεις)

α) Κατά τον Αριστοτέλη οι ηθικές αρχές χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες. Ποιες αρετές περιέχονται στην τρίτη ομάδα; **(Μονάδες 10)**

β) Συμπλήρωση κενών

Να γράψετε στο κενό της κάθε πρότασης την λέξη, έτσι ώστε να συμπληρώνουν σωστά την πρόταση. (Σημειώνεται ότι 3 από τις λέξεις θα περισσέψουν).

Λέξεις που δίνονται: ελληνικός, Δημοκρατίας, ελευθερίας, πληροφορούνται, ζωής, ύπαρξης, ανάπτυξη, πληροφορούν, σχέσεων, γραμμάτων, πολιτισμού.

Ο _____ πολιτισμός χαρακτηρίζεται όχι μόνο από την _____ της τέχνης και των _____, αλλά από την καθοριστική συμβολή του στην εδραίωση της _____. Η ύπαρξη Δημοκρατίας απαιτεί τη γνώση και κατανόηση όλων των γεγονότων, γι' αυτό η τάση των ανθρώπων να _____ και να _____, καθώς και η ανάπτυξη _____ μεταξύ τους είναι απαραίτητα συστατικά της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής.

(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Κατά τον Αριστοτέλη οι ηθικές αρχές χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες. Στην Τρίτη ομάδα περιέχονται αρετές που αναφέρονται στις κοινωνικές σχέσεις ανθρώπων και ειδικότερα στην αλήθεια και στη φιλία.

β) Συμπλήρωση κενών

Να γράψετε στο κενό της κάθε πρότασης την λέξη, έτσι ώστε να συμπληρώνουν σωστά την πρόταση. (Σημειώνεται ότι 3 από τις λέξεις θα περισσέψουν).

Λέξεις που δίνονται: ελληνικός, Δημοκρατίας, ελευθερίας, πληροφορούνται, ζωής, ύπαρξης, ανάπτυξη, πληροφορούν, σχέσεων, γραμμάτων, πολιτισμού.

Ο ελληνικός πολιτισμός χαρακτηρίζεται όχι μόνο από την ανάπτυξη της τέχνης και των γραμμάτων, αλλά από την καθοριστική συμβολή του στην εδραίωση της Δημοκρατίας. Η ύπαρξη Δημοκρατίας απαιτεί τη γνώση και κατανόηση όλων των γεγονότων, γι' αυτό η τάση των ανθρώπων να πληροφορούν και να πληροφορούνται, καθώς και η ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ τους είναι απαραίτητα συστατικά της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής.

Θέμα #26135

ΘΕΜΑ 4^ο (2.1.1. Προϊστορική εποχή και δημόσιες σχέσεις, 2.1.3. Αρχαίος ελληνικός πολιτισμός και δημόσιες σχέσεις)

Πολλές δραστηριότητες των αρχαίων Ελλήνων εντάσσονται στο πλαίσιο λειτουργίας των δημοσίων σχέσεων και είχαν γίνει επίσημοι θεσμοί. Αναφέρετε τρεις δραστηριότητες και το λόγο που συμβάλλανε. **(Μονάδες 25)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

Οι δραστηριότητες που είχαν γίνει επίσημοι θεσμοί είναι:

α) Η καθιέρωση γιορτών όπως τα Παναθήναια, τα Πύθια, οι Ολυμπιακοί και Πανελλήνιοι Αγώνες, τα Διονύσια, που έφεραν σε επικοινωνία όλους τους Έλληνες μεταξύ τους και είχαν σκοπό να συμβάλλουν στην καλλιέργεια και στην ανάπτυξη του πνεύματος αλληλεγγύης και εθνικής συνοχής.

β) Η «λειτουργία» της περίφημης «Αγοράς των Αθηναίων», που ήταν τόπος συζητήσεων, επικοινωνίας, ενημέρωσης των πολιτών και κυρίως προσανατολισμού της κοινής γνώμης σχετικά με διάφορα θέματα.

γ) Η καθιέρωση των Αμφικτυονιών, που αποτελούσαν θρησκευτικές και πολιτικές συνενώσεις πολλών πόλεων, οι κάτοικοι των οποίων συγκεντρώνονταν για κοινή λατρεία και προσπαθούσαν με την επικοινωνία να λύσουν ειρηνικά και φιλικά τις μεταξύ τους διαφορές.

δ) Η αναγνώριση του θεσμού του Μαντείου των Δελφών, στο οποίο συνέρρεε πλήθος λαού, και το οποίο είχε την ικανότητα μεταστροφής της κοινής γνώμης.

ε) Η δημιουργία πνευματικών και καλλιτεχνικών έργων όπως τα ομηρικά ποιήματα, οι τραγωδίες και οι κωμωδίες, ο Παρθενώνας και άλλα που συνέλαβαν στην προώθηση των σχέσεων μεταξύ των Αρχαίων Ελλήνων και στην προβολή τους στους άλλους λαούς.

Θέμα #25768

ΘΕΜΑ 2^ο (2.1.3. Αρχαίος ελληνικός πολιτισμός και δημόσιες σχέσεις, 2.1.4. Ρωμαϊκή εποχή και δημόσιες σχέσεις, 2.1.5. Μεσαίωνα, 2.1.7. Εποχή της Αναγέννησης, 2.1.8. Η εποχή του ορθολογισμού)

α) Να χαρακτηρίσετε ως σωστές (Σ) ή λάθος (Λ) τις παρακάτω προτάσεις:

- i. Στο Μεσαίωνα βλέπουμε μεγάλο ενδιαφέρον του αυτοκράτορα για την ανάπτυξη σχέσεων με τους γειτονικούς λαούς.
- ii. Στην εποχή της Αναγέννησης έχουμε την εφεύρεση της τυπογραφίας.
- iii. Στην εποχή του Ορθολογισμού διάφοροι ηγεμόνες καλλιεργούσαν συστηματικά τις δημόσιες σχέσεις.
- iv. Κατά τον Ξενοφώντα οι ηθικές αρχές χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες.
- v. Στην Ρωμαϊκή εποχή για τη μετάδοση των πληροφοριών χρησιμοποιούνται βιβλία θρησκευτικά, φυλλάδια, εμπορικές επιστολές κ.α.

(Μονάδες 10)

β) Σε κάθε μία από τις παρακάτω ερωτήσεις να επιλέξετε τη σωστή απάντηση.

1. Στην εποχή του Μεσαίωνα :

- i. Έχουμε αναγνώριση από τους ανθρώπους των γραμμάτων της δύναμης της κοινής γνώμης.
- ii. Χρησιμοποιούνται νέες μέθοδοι δημοσίων σχέσεων, όπως π.χ η ίδρυση Γραφείου του Πνεύματος στο Υπουργείο Εσωτερικών.
- iii. Έχουμε ανάπτυξη των παραγωγικών επιχειρήσεων και παράλληλη επέκταση του εμπορίου
- iv. Δημιουργούνται τα ισχυρά βασίλεια της Ισπανίας, της Αγγλίας και της Γαλλίας.

2. Στον Αρχαίο Ελληνικό Πολιτισμό:

- i. Κατά τον Αριστοτέλη στην Τρίτη ομάδα των ηθικών αρχών περιέχονται αρετές που αναφέρονται στις κοινωνικές σχέσεις των ανθρώπων.
- ii. Για την μεταστροφή της κοινής γνώμης χρησιμοποιήθηκαν και διάφορα μέσα όπως η ρητορική και το θέατρο.
- iii. Πραγματοποιούνται ανακατατάξεις στον ευρωπαϊκό χώρο, και συγκροτούνται νέα κράτη είτε από διαμελισμό άλλων είτε από ενοποίηση πόλεων.
- iv. Την κοινή γνώμη διαμόρφωναν και επηρέαζαν επίσης οι διάφορες θεατρικές παραστάσεις και οι ιπποδρομίες.

3. Στην εποχή της Αναγέννησης:

- i. Ο επηρεασμός της κοινής γνώμης κορυφώνεται την περίοδο της γαλλικής επανάστασης.
- ii. Θεωρείται περίοδος της αναβίωσης του πνεύματος και του πολιτισμού της κλασικής αρχαιότητας.

- iii. Οι Συντεχνίες χρησιμοποιούν διάφορα μέσα στις δημόσιες σχέσεις τους, για να πετύχουν τους σκοπούς τους.

I. Έχουμε ανάπτυξη των παραγωγικών επιχειρήσεων και παράλληλη επέκταση του εμπορίου.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

α)

I. Λ

II. Σ

III. Σ

IV. Λ

V. Σ

β)

1. IV

2. I

3. II

(Μονάδες 15)

Θέμα #25798

ΘΕΜΑ 4° (2.1.7. Εποχή της Αναγέννησης)

α) Να περιγράψετε τον ρόλο του Βατικανού στο πλαίσιο των Δημοσίων Σχέσεων κατά την περίοδο της Αναγέννησης. Τι μέσα χρησιμοποιεί και πως επηρεάζεται η κοινή γνώμη. **(Μονάδες 13)**

β) Στην εποχή της Αναγέννησης έχουμε αναγνώριση από τους ανθρώπους των γραμμάτων της δύναμης της κοινής γνώμης. Να αναφέρετε κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα ανθρώπων των γραμμάτων. **(Μονάδες 12)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

α) Το Βατικανό, που είχε μεγάλη δύναμη και πλούτο την περίοδο αυτή, και απορροφούσε μάλιστα πολλούς επίλεκτους λόγιους του Βυζαντίου που κατέφυγαν στη Δύση μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης, χρησιμοποιεί όλα τα μέσα ενημέρωσης έντυπα και κήρυκες, για τη μεταστροφή της κοινής γνώμης υπέρ του καθολικισμού. Έτσι λοιπόν η κοινή γνώμη παρακολουθεί με ενδιαφέρον τις πολιτιστικές εξελίξεις κατά την Αναγέννηση, ενώ οι ηγεμόνες προσφέρουν δημόσια θεάματα και διοργανώνουν πολλές λαμπρές γιορτές, προκειμένου να κερδίσουν την κοινή γνώμη.

β) Χαρακτηριστικά παραδείγματα του Μακιαβέλι και του Λούθηρου, όπου ο πρώτος, στο έργο του «ο Ηγεμών», συμβουλεύει τους ηγεμόνες να κερδίσουν φήμη και δημόσια εκτίμηση, ενώ ο δεύτερος, προκειμένου να διαδώσει τις ιδέες του, απευθύνεται στην κοινή γνώμη.

Θέμα #25767

ΘΕΜΑ 2° (2.1.ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ)

α) Να χαρακτηρίσετε ως σωστές (Σ) ή λάθος (Λ) τις παρακάτω προτάσεις:

- 1) Η δημιουργία της οικογένειας είναι η πρωταρχική μορφή σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων.
- 2) Στους παλαιολιθικούς και στους νεολιθικούς χρόνους οι κύριες ασχολίες του ανθρώπου είναι η κατεργασία του λίθου, το κυνήγι και κατά κάποιο τρόπο η γεωργία.
- 3) Τα διάφορα ευρήματα, οι ναοί τα ανάκτορα και ειδικά οι περίφημοι κρεμαστοί κήποι, ένα από τα επτά θαύματα του κόσμου, δείχνουν τον υψηλό πολιτισμό των Σουμέριων.
- 4) Η γραφή των Βαβυλωνίων περιείχε πάνω από 600 σημεία επικοινωνίας.
- 5) Κατά το 17° αιώνα, την περίοδο του ορθολογισμού, η κοινή γνώμη επηρεάζεται πολύ από την ανάπτυξη του κινήματος του διαφωτισμού. **(Μονάδες 10)**

β) Να γράψετε τους αριθμούς 1, 2, 3, 4, 5 από τη Στήλη Α και δίπλα ένα από τα γράμματα α, β, γ, δ, ε της Στήλης Β που δίνει τη σωστή αντιστοίχιση.

| Στήλη Α | Στήλη Β |
|-------------------------|---|
| 1. Αρχαίος Πολιτισμός | α. Λειτουργία της περίφημης «Αγοράς των Αθηναίων», που ήταν τόπος συζητήσεων, επικοινωνίας, ενημέρωσης των πολιτών και κυρίως προσανατολισμού της κοινής γνώμης σχετικά με διάφορα πολιτικά θέματα. |
| 2. Ρωμαϊκή Εποχή | β. Οι ποιητές και οι διανοούμενοι είναι και αυτοί παράγοντες μεταστροφής της κοινής γνώμης. |
| 3. Μεσαίωνας | γ. Εκείνη την εποχή για την μεταστροφή της κοινής γνώμης χρησιμοποιήθηκαν και διάφορα μέσα όπως η ρητορική και το θέατρο. |
| 4. Βυζάντιο | δ. Ανάπτυξη των παραγωγικών επιχειρήσεων και παράλληλη επέκταση του εμπορίου. |
| 5. Εποχή Εκβιομηχάνισης | ε. Πρωτεύοντα ρόλο στη διαμόρφωση και στην καθοδήγηση της κοινής γνώμης παίζει η Εκκλησία. |

(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α)

1. Σ
2. Σ
3. Λ
4. Λ
5. Σ

β)

1. α
2. γ
3. β
4. ε
5. δ

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Θέμα #36871

ΘΕΜΑ 2^ο (3.10 Στοιχεία επικοινωνίας, 3.10.2. Μήνυμα)

α) Να αναφέρετε τα τρία (3) στοιχεία που χρειάζεται να υπάρχουν για να πραγματοποιηθεί η επικοινωνία μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων. **(Μονάδες 15)**

β) Να αναφέρετε τις τέσσερις (4) κατηγορίες στις οποίες κατατάσσονται τα μηνύματα. **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Για να πραγματοποιηθεί η επικοινωνία μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων, πρέπει να υπάρχουν τα εξής στοιχεία:

• Εκείνος που θα πει ή θα γράψει κάτι, δηλαδή ο πομπός ή αποστολέας, το φυσικό πρόσωπο και όχι το μηχανικό μέσο.

• Το μέσο που θα πει ή θα γράψει ή θα διαβιβάσει το μήνυμα, δηλαδή τα μέσα επικοινωνίας.

• Αυτός ή αυτοί προς τους οποίους απευθύνεται το μήνυμα, δηλαδή οι θεατές, οι ακροατές, οι δέκτες.

β) Τα μηνύματα κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες:

α. Λεκτικά

β. Ηχητικά

γ. Οπτικά

δ. Σύνθετα

Θέμα #36913

ΘΕΜΑ 2^ο (3.11 Μέσα επικοινωνίας, 3.12 Ακουστικά μέσα επικοινωνίας)

α) Να αναφέρετε τι είναι τα μέσα επικοινωνίας. **(Μονάδες 4)**

β) Να αναφέρετε τις τρεις (3) βασικές ομάδες στις οποίες διακρίνονται τα μέσα επικοινωνίας. **(Μονάδες 6)**

γ) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

- i. Η έλλειψη αντιλόγου είναι μια υπεροχή του «πομπού», αλλά συγχρόνως είναι και μειονέκτημα διότι δεν γνωρίζει αν το μήνυμά του έφτασε στο «δέκτη».
- ii. Το κοινό προσκαλείται στις διαλέξεις είτε με ανακοινώσεις στον τύπο είτε με ειδικές προσκλήσεις, αν ο αριθμός των ακροατών είναι περιορισμένος, και η σύνθεσή του ακροατηρίου μάλλον ομοιογενής.
- iii. Για να έχουν επιτυχία οι συνεντεύξεις τύπου η παρουσίαση του θέματος να γίνει με τον κατάλληλο τρόπο από ενημερωμένο πρόσωπο.
- iv. Για τα ιδιωτικά σωματεία συνέλευση είναι η συγκέντρωση όλων των μετόχων μιας επιχείρησης με σκοπό να ενημερωθούν ή να λάβουν αποφάσεις.
- v. Η επιτυχία των συνεδρίων εξαρτάται αποκλειστικά από την έγκαιρη ειδοποίηση εκείνων που θα προσκληθούν.

(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Τα μέσα επικοινωνίας είναι οι φορείς που μεταβιβάζουν τα μηνύματα.

β) Διακρίνουμε τρεις βασικές ομάδες μέσων επικοινωνίας:

α. τα οπτικά,

β. τα ακουστικά και

γ. τα οπτικοακουστικά.

γ)

i. Σωστό

ii. Σωστό

iii. Σωστό

iv. Λάθος

v. Λάθος

Θέμα #26643

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13 Οπτικά μέσα, 3.13.1. Τύπος)

α) Ποιες κατηγορίες διακρίνουμε στα οπτικά μέσα επικοινωνίας; **(Μονάδες 11)**

β) Τι γνωρίζετε για τα δελτία τύπου; **(Μονάδες 14)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) 1) Τον τύπο

- 2) Τα βιβλία
- 3) Τα έντυπα, γενικά
- 4) Τις εκθέσεις
- 5) Τα υπαίθρια μέσα κτλ.
- 6) Το διαδίκτυο (internet)

β) Τα δελτία τύπου είναι έντυπα, τα οποία εκδίδουν οι υπεύθυνοι των δημοσίων σχέσεων των οικονομικών μονάδων με παραλήπτη τον τύπο. Περιέχουν ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με τις συγκεκριμένες οικονομικές μονάδες. Τα δελτία τύπου είναι καλό να γράφονται σε έντυπα που αναφέρουν τα στοιχεία της οικονομικής μονάδας από την οποία προέρχονται. Όταν διατυπώνουμε ένα δελτίο τύπου, πρέπει να δώσουμε ειδήσεις που να ενδιαφέρουν τον αναγνώστη αλλά και τις εφημερίδες, ώστε να δώσουν σ' αυτές την κατάλληλη δημοσιότητα. Μαζί με το δελτίο τύπου μπορούμε να στείλουμε και επίκαιρες φωτογραφίες σχετικές με την περίπτωση, τις οποίες πιθανόν να αξιοποιήσουν οι εφημερίδες.

Θέμα #27905

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13 Οπτικά μέσα, 3.13.2. Βιβλία)

α) Ποιες κατηγορίες διακρίνουμε στα οπτικά μέσα επικοινωνίας;

(Μονάδες 11)

β) Πως διακρίνουμε τα βιβλία ανάλογα με το περιεχόμενό τους και την κυκλοφορία τους; Με ποιον σκοπό χρησιμοποιούνται τα βιβλία ως όργανο δημοσίων σχέσεων από τις διάφορες επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα;

(Μονάδες 14)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

- α)** i) Τον τύπο
- ii) Τα βιβλία
- iii) Τα έντυπα, γενικά
- iv) Τις εκθέσεις
- v) Τα υπαίθρια μέσα κτλ.
- vi) Το διαδίκτυο (internet)

β) Ανάλογα με το περιεχόμενό τους διακρίνουμε τα βιβλία σε επιστημονικά, λογοτεχνικά, ιστορικά, διδακτικά κτλ. Ανάλογα με την κυκλοφορία τους τα διακρίνουμε σε ευρείας ή περιορισμένης κυκλοφορίας.

Τα βιβλία χρησιμοποιούνται ως όργανο δημοσίων σχέσεων από τις διάφορες επιχειρήσεις και από οργανισμούς του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα, προκειμένου να δώσουν στη δημοσιότητα στοιχεία της δραστηριότητας αυτών των επιχειρήσεων και των οργανισμών, όπως φωτογραφίες, διάφορα επιτεύγματα, οικονομικά δεδομένα κτλ.

Θέμα #27906

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.1. Τύπος)

α) Τι εννοούμε όταν λέμε "τύπος" και πως τον διακρίνουμε;

(Μονάδες 11)

β) Τι γνωρίζετε για τα δελτία τύπου;

(Μονάδες 14)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Όταν λέμε "τύπος", εννοούμε κυρίως τις εφημερίδες, αλλά δεν αποκλείουμε και πολλά άλλα έντυπα.

Διακρίνουμε: I) Τον ημερήσιο, τον εβδομαδιαίο και τον περιοδικό τύπο, II) τον τοπικό, τον εθνικό και το διεθνή και III) τον νόμιμο και τον παράνομο τύπο.

β) Τα δελτία τύπου είναι έντυπα, τα οποία εκδίδουν οι υπεύθυνοι των δημοσίων σχέσεων των οικονομικών μονάδων με παραλήπτη τον τύπο. Περιέχουν ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με τις συγκεκριμένες οικονομικές μονάδες. Τα δελτία τύπου είναι καλό να γράφονται σε έντυπα που αναφέρουν τα στοιχεία της οικονομικής μονάδας από την οποία προέρχονται. Όταν διατυπώνουμε ένα δελτίο τύπου, πρέπει να δώσουμε ειδήσεις που να ενδιαφέρουν τον αναγνώστη αλλά και τις εφημερίδες, ώστε να δώσουν σ' αυτές την κατάλληλη δημοσιότητα. Μαζί με το δελτίο τύπου μπορούμε να στείλουμε και επίκαιρες φωτογραφίες σχετικές με την περίπτωση, τις οποίες πιθανόν να αξιοποιήσουν οι εφημερίδες.

Θέμα #26743

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.1. Τύπος, 3.13.2. Βιβλία)

α) Τι εννοούμε όταν λέμε "τύπος" και πως τον διακρίνουμε;

(Μονάδες 11)

β) Πως διακρίνουμε τα βιβλία ανάλογα με το περιεχόμενό τους και την κυκλοφορία τους; Με ποιον σκοπό χρησιμοποιούνται τα βιβλία ως όργανο δημοσίων σχέσεων από τις διάφορες επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα;

(Μονάδες 14)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Όταν λέμε "τύπος", εννοούμε κυρίως τις εφημερίδες, αλλά δεν αποκλείουμε και πολλά άλλα έντυπα.

Διακρίνουμε: 1) Τον ημερήσιο, τον εβδομαδιαίο και τον περιοδικό τύπο, 2) τον τοπικό, τον εθνικό και το διεθνή και 3) τον νόμιμο και τον παράνομο τύπο.

β) Ανάλογα με το περιεχόμενό τους διακρίνουμε τα βιβλία σε επιστημονικά, λογοτεχνικά, ιστορικά, διδακτικά κτλ. Ανάλογα με την κυκλοφορία τους τα διακρίνουμε σε ευρείας ή περιορισμένης κυκλοφορίας. Τα βιβλία χρησιμοποιούνται ως όργανο δημοσίων σχέσεων από τις διάφορες επιχειρήσεις και από οργανισμούς του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα, προκειμένου να δώσουν στη δημοσιότητα στοιχεία της δραστηριότητας αυτών των επιχειρήσεων και των οργανισμών, όπως φωτογραφίες, διάφορα επιτεύγματα, οικονομικά δεδομένα κτλ.

Θέμα #26744

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.3. Έντυπα, 3.13.4. Εκθέσεις)

α) Τι γνωρίζετε για τα έντυπα;

(Μονάδες 12)

β) Τι γνωρίζετε για τις εκθέσεις;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Θέμα 2ο

α) Τα έντυπα είναι κατηγορία οπτικών μέσων επικοινωνίας. Στην κατηγορία των εντύπων κατατάσσονται τα διάφορα περιοδικά των επιχειρήσεων, μηνιαίας ή ετήσιας έκδοσης, με τα οποία ενημερώνουν το καταναλωτικό κοινό, το προσωπικό τους, τους αντιπροσώπους τους και άλλες επιχειρήσεις.

β) Οι εκθέσεις των προϊόντων είναι κατηγορία οπτικών μέσων επικοινωνίας. Με τις εκθέσεις δημιουργούνται ευκαιρίες προβολής των προϊόντων των επιχειρήσεων αλλά και των χωρών στις οποίες ανήκουν, στο μεγάλο κοινό, το οποίο έρχεται σε άμεση επαφή με την επικοινωνία με τις νέες επιτεύξεις της τεχνολογίας και της επιχειρηματικής δημιουργικότητας. Το κοινό που επισκέπτεται τις εκθέσεις μπορεί να λάβει μηνύματα που εκπέμπουν αυτές, να κρίνει την αλήθεια τους και να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα σχετικά με την ποιότητα και την αρτιότητα των προϊόντων τα οποία βλέπει και τα οποία έχει ανάγκη.

Θέμα #27907

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.3. Έντυπα, 4.3. Ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία)

α) Τι γνωρίζετε για τα έντυπα;

(Μονάδες 12)

β) Ποιος ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Θέμα 2ο

α) Τα έντυπα είναι κατηγορία οπτικών μέσων επικοινωνίας. Στην κατηγορία των εντύπων κατατάσσονται τα διάφορα περιοδικά των επιχειρήσεων, μηνιαίας ή ετήσιας έκδοσης, με τα οποία ενημερώνουν το καταναλωτικό κοινό, το προσωπικό τους, τους αντιπροσώπους τους και άλλες επιχειρήσεις.

β) Ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία είναι σημαντικός και αποφασιστικός. Στους βασικούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας η κοινή γνώμη πολλές φορές παίζει σπουδαίο ρόλο στην εναρμόνιση καταστάσεων για το γενικό συμφέρον, στην παρεμπόδιση εκτροπών ή στην επαναφορά σε καταστάσεις γενικής παραδοχής κτλ.

Θέμα #27913

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.4. Εκθέσεις, 3.14 Οπτικοακουστικά μέσα)

α) Ποιες κατηγορίες περιλαμβάνονται στα οπτικοακουστικά μέσα;

(Μονάδες 12)

β) Τι γνωρίζετε για τις εκθέσεις;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Στην κατηγορία των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας ανήκουν τα εξής μέσα:

i) Ο κινηματογράφος (Ο/Α)

ii) Οι διαφάνειες, ταινίες διαφανειών (Ο/Α)

iii) Η τηλεόραση (Ο/Α)

iv) Το τηλέφωνο

v) Το ραδιόφωνο (ακουστικό μέσο)

vi) Οι τελετές, οι επισκέψεις (Ο/Α)

vii) Οι εφημερίδες (οπτικό μέσο)

viii) Τα περιοδικά (οπτικό μέσο)

β) Οι εκθέσεις των προϊόντων είναι κατηγορία οπτικών μέσων επικοινωνίας. Με τις εκθέσεις δημιουργούνται ευκαιρίες προβολής των προϊόντων των επιχειρήσεων αλλά και των χωρών στις οποίες ανήκουν, στο μεγάλο κοινό, το οποίο έρχεται σε άμεση επαφή με την επικοινωνία με τις νέες επιτεύξεις της τεχνολογίας και της επιχειρηματικής δημιουργικότητας. Το κοινό που επισκέπτεται τις εκθέσεις μπορεί να λάβει μηνύματα που εκπέμπουν αυτές, να κρίνει την αλήθεια τους και να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα σχετικά με την ποιότητα και την αρτιότητα των προϊόντων τα οποία βλέπει και τα οποία έχει ανάγκη.

Θέμα #26745

ΘΕΜΑ 2^ο(3.13.6. Τι είναι το Διαδίκτυο και πως γίνεται η σύνδεση με αυτό, 4.1. Έννοια – ορισμός)

α) Να δώσετε τον ορισμό της κοινής γνώμης;

(Μονάδες 5)

β) Τι γνωρίζετε για το διαδίκτυο ως κατηγορία των οπτικοακουστικών μέσων;

(Μονάδες 20)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Η κοινή γνώμη δεν είναι απλό άθροισμα ατομικών γνώμων. Αποτελεί συνθετική έκφραση μιας συνολικής κοινωνικής αντίληψης σχετικά με ένα θέμα που ενδιαφέρει όλους. Επομένως, στη διαδικασία σχηματισμού της κοινής γνώμης συνενώνονται πολλές επιμέρους γνώμες, που έχουν υποστεί αλληλεπίδραση χάρη στην πληροφόρηση και στην επικοινωνία. Έτσι λοιπόν η κοινή γνώμη δεν είναι κοινή για όλους, αλλά είναι η γνώμη την οποία συμερίζεται και αποδέχεται ένας μεγάλος αριθμός, η πλειονότητα μιας κοινωνίας, μεγάλης ή μικρής. Η κοινή γνώμη αποτελεί μια αντίληψη ή μια τοποθέτηση με βάση τις ίδιες περίπου ιδέες και τις ίδιες σκέψεις των μελών μιας κοινωνικής ομάδας.

β) Διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο που αποτελείται από μικρότερα “δίκτυα”, δηλαδή από εκατοντάδες χιλιάδες υπολογιστών που “συνομιλούν” με άλλους υπολογιστές, ώστε να μοιράζονται πληροφορίες. Το διαδίκτυο είναι απλώς ένα σύνολο από δίκτυα υπολογιστών που συνδέονται μεταξύ τους και επικοινωνούν σχεδόν στιγμιαία.

Για να συνδεθεί κάποιος στο διαδίκτυο χρειάζεται έναν υπολογιστή, ένα μόντεμ, μία τηλεφωνική γραμμή, σύνδεση με έναν παροχέα υπηρεσιών διαδικτύου και το κατάλληλο λογισμικό για τη σύνδεση. Σε μερικές περιπτώσεις και όταν ο υπολογιστής είναι κατευθείαν επάνω στο δίκτυο, το μόντεμ και η τηλεφωνική γραμμή δεν είναι απαραίτητα, απαιτείται όμως μία κάρτα δικτύου.

Θέμα #26782

ΘΕΜΑ 2^ο(3.14 Οπτικοακουστικά μέσα, 4.3. Ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία)

α) Ποιες κατηγορίες περιλαμβάνονται στα οπτικοακουστικά μέσα;

(Μονάδες 12)

β) Ποιος ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Στην κατηγορία των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας ανήκουν τα εξής μέσα:

- 1) Ο κινηματογράφος (Ο/Α)
- 2) Οι διαφάνειες, ταινίες διαφανειών (Ο/Α)
- 3) Η τηλεόραση (Ο/Α)
- 4) Το τηλέφωνο
- 5) Το ραδιόφωνο (ακουστικό μέσο)
- 6) Οι τελετές, οι επισκέψεις (Ο/Α)
- 7) Οι εφημερίδες (οπτικό μέσο)
- 8) Τα περιοδικά (οπτικό μέσο)

β) Ο ρόλος της κοινής γνώμης στη σύγχρονη κοινωνία είναι σημαντικός και αποφασιστικός.

Στους βασικούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας η κοινή γνώμη πολλές φορές παίζει σπουδαίο ρόλο στην εναρμόνιση καταστάσεων για το γενικό συμφέρον, στην παρεμπόδιση εκτροπών ή στην επαναφορά σε καταστάσεις γενικής παραδοχής κτλ.

Θέμα #27902

ΘΕΜΑ 4^ο(3.14.1. Κινηματογράφος, 3.14.6. Τελετές – Επισκέψεις)

α) Να περιγράψετε αναλυτικά τι γνωρίζετε για τον κινηματογράφο; (κατηγορία οπτικοακουστικών μέσων).

(Μονάδες 12)

β) Να περιγράψετε αναλυτικά τι γνωρίζετε για τις επισκέψεις-τελετές;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η έβδομη τέχνη, εκτός από μέσο ψυχαγωγίας, είναι αναμφισβήτητο το θεαματικότερο διαφημιστικό μέσο. Το μέγεθος της εικόνας, το χρώμα, ο ήχος, η κίνηση δημιουργούν δυνατές εντυπώσεις, που συμβάλλουν στη θετική ανταπόκριση του κοινού στα διαφημιστικά μηνύματα. Ο κινηματογράφος απευθύνεται συνήθως σε πολλά άτομα συγχρόνως, γι' αυτό και ανήκει στα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Επηρεάζει ταυτόχρονα τα αισθητήρια της όρασης και της ακοής μέσα σε έναν ορισμένο χώρο. Ο κινηματογράφος χρησιμοποιείται όλο και πιο πολύ από τις δημόσιες σχέσεις, επειδή παρουσιάζει με ταχύτητα και ακρίβεια το θέμα και εξηγεί τις λεπτομέρειες περισσότερο αποτελεσματικά από όσο μπορούν να τις εξηγήσουν η ομιλία ή το γραπτό κείμενο. Οι κινηματογραφικές ταινίες των δημοσίων σχέσεων μπορούν να προβληθούν σε συσκέψεις εταιρειών, σε συναντήσεις πωλητών ή μετόχων, σε εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις του προσωπικού των εταιρειών, σε συγκεντρώσεις μαθητών ή σπουδαστών, καθώς και σε συγκεντρώσεις κάθε μορφής ομάδων.

β) Οι τελετές, αποτελούν ένα ακόμη μέσο της οπτικοακουστικής επικοινωνίας. Με τον όρο τελετές εννοούμε τις διάφορες εκδηλώσεις που πραγματοποιούν οι οικονομικές μονάδες, στο πλαίσιο των δημοσίων σχέσεών τους, προς τιμή ορισμένων άλλων ατόμων ή με την ευκαιρία κάποιου γεγονότος, κάποιας επετείου κτλ.

Οι τελετές αποτελούν έναν από τους καλύτερους τρόπους επικοινωνίας. Κατά τη διάρκειά τους είναι δυνατή η γνωριμία, η δημιουργία φιλικής ατμόσφαιρας, που επιτρέπει την ανταλλαγή απόψεων και γνώμων, γεγονός που έχει πολύ θετικά αποτελέσματα.

Θέμα #27900

ΘΕΜΑ 4^ο(3.14.2. Διαφάνειες - Ταινίες - Βίντεο – Προβολέας)

α) Να περιγράψετε αναλυτικά τι γνωρίζετε για τον κινηματογράφο; (κατηγορία οπτικοακουστικών μέσων).

(Μονάδες 12)

β) Να περιγράψετε αναλυτικά τι γνωρίζετε για τις επισκέψεις-τελετές;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Θέμα 4ο

α) Μια άλλη κατηγορία οπτικοακουστικών μέσων είναι οι διαφάνειες και οι ταινίες με διαφάνειες. Μολονότι δεν είναι τόσο εντυπωσιακές και ελκυστικές οι διαφάνειες και οι ταινίες τους όσο οι κινηματογραφικές ταινίες, εντούτοις είναι πολύ αποδοτικά μέσα επικοινωνίας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν I) για την ενημέρωση ειδικών κατηγοριών κοινού, όπως είναι, π.χ., οι μέτοχοι και το προσωπικό μιας εταιρείας, II) για εκπαιδευτικούς σκοπούς και III) για καλύτερη ενημέρωση του κοινού μιας διάλεξης.

β) Τα πλεονεκτήματα των διαφανειών ως οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας είναι, μεταξύ άλλων, τα εξής:

I) Με την προβολή κάθε εικόνας χωριστά και τη δυνατότητα αποτύπωσής της είναι εύκολη η παροχή διευκρινίσεων και επεξηγήσεων σε διάφορες απορίες.

II) Το θέμα γίνεται περισσότερο κατανοητό, ελκυστικό και ενδιαφέρον.

III) Εξοικονομείται χρόνος, δεν κουράζεται ο θεατής και οι παραστάσεις που δημιουργούν είναι σωστές, πλήρεις και έντονες να μπορούν να διατηρηθούν στη μνήμη του θεατή για αρκετό διάστημα.

Θέμα #27904

ΘΕΜΑ 4^ο(3.14.3. Τηλεόραση, 3.14.5. Ραδιόφωνο, 3.14.8. Περιοδικά)

α) Να περιγράψετε αναλυτικά τι γνωρίζετε για την τηλεόραση; (κατηγορία οπτικοακουστικών μέσων). **(Μονάδες 12)**

β) Να περιγράψετε τι γνωρίζετε για το ραδιόφωνο και τα περιοδικά; (κατηγορία οπτικοακουστικών μέσων).

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η τηλεόραση είναι οπτικοακουστικό μέσο μαζικής επικοινωνίας, με το οποίο είναι δυνατός ο επηρεασμός του τηλεθεατή. Η τηλεόραση παρουσιάζει τα πλεονεκτήματα του κινηματογράφου και ένα επιπλέον πλεονέκτημα. Δε χρειάζεται να πάει ο ενδιαφερόμενος στο χώρο προβολής του φιλμ, αφού το τηλεοπτικό πρόγραμμα παρακολουθείται και από το σπίτι ή από το γραφείο του ενδιαφερομένου. Είναι επίσης σημαντικό ότι ένα πρόγραμμα μπορεί να βιντεοσκοπηθεί και να προβληθεί με κατάλληλη συσκευή στον επιθυμητό χώρο και χρόνο.

Και στην Ελλάδα χρησιμοποιείται η τηλεόραση, σε μικρότερο όμως βαθμό, για προβολή και εφαρμογή των αρχών των δημοσίων σχέσεων από τις ιδιωτικές οικονομικές μονάδες, κυρίως λόγω του μεγάλου κόστους του τηλεοπτικού χρόνου. Οι σταθμοί τηλεόρασης δέχονται τέτοιες εκδηλώσεις, αρκεί να είναι αντικειμενικά ενδιαφέρουσες. Πρέπει να σημειωθεί ότι η χρησιμοποίηση της τηλεόρασης από τις δημόσιες σχέσεις απαιτεί ειδικές γνώσεις και σχετική προετοιμασία, που διαφέρει από εκείνη που χρησιμοποιούμε στα άλλα μέσα επικοινωνίας.

β) Το ραδιόφωνο χρησιμοποιείται κυρίως παράλληλα με την τηλεόραση εξαιτίας της μικρής κάλυψης που παρέχει. Οικονομικό και σχετικά ευέλικτο μέσο, προσφέρεται για μικρά διαφημιστικά κονδύλια ή για διαφημίσεις τοπικού χαρακτήρα. Τα περιοδικά διακρίνονται σε περιοδικά γενικού και ειδικού ενδιαφέροντος και είναι εβδομαδιαία ή εκδίδονται κάθε δεκαπενθήμερο, κάθε μήνα, κάθε δίμηνο, τρίμηνο, εξάμηνο. Ειδικότερα στον περιοδικό τύπο ειδικού ενδιαφέροντος μπορούμε να συναντήσουμε μια τεράστια ποικιλία εκδόσεων για παιδιά, για νέους, για τους φίλους της μουσικής, του αθλητισμού, της τηλεόρασης και γενικά για το καταναλωτικό κοινό. Οι εκδόσεις αυτές να μην περιλαμβάνουν διαφημιστικά στοιχεία πλην όμως με το περιεχόμενό τους δημιουργούν ένα κλίμα εμπιστοσύνης απόλυτα ελεγμένο και προσαρμοσμένο στο σκοπό των δημοσίων σχέσεων.

Θέμα #36908

ΘΕΜΑ 2^ο (3.5 Προφορική επικοινωνία)

α) Ποιο είναι το πλεονέκτημα της συνομιλίας ως μορφή επικοινωνίας;

(Μονάδες 5)

β) Να αναφέρετε τέσσερις (4) τρόπους με τους οποίους μπορείτε να υπερπηδήσετε τα εμπόδια για να διασφαλίσετε μια αποτελεσματική επικοινωνία.

(Μονάδες 20)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Η συνομιλία ως μορφή επικοινωνίας εμφανίζει το σημαντικό πλεονέκτημα ότι επιτρέπει άμεσο έλεγχο για επανάληψη, διότι είναι μια επικοινωνία «πρόσωπο με πρόσωπο», που επιτρέπει στους συνομιλητές να ελέγχουν αυτόματα και άμεσα αν ο άλλος συνομιλητής κατανόησε το περιεχόμενο των λόγων τους.

β) Τέσσερις (4) ενδεικτικοί τρόποι για να υπερπηδήσετε τα εμπόδια με στόχο να διασφαλίσετε μια αποτελεσματική επικοινωνία είναι όταν προσπαθείτε να:

- Κατανοείτε τη νοοτροπία και το ύφος του ακροατή.
- Χρησιμοποιείτε κοινό λεξιλόγιο.
- Δείχνετε ευαισθησία στις διαφορές σας και την κουλτούρα του.
- Βελτιώνετε τα τεχνικά μέσα επικοινωνίας.

Θέμα #36866

ΘΕΜΑ 2^ο (3.5 Προφορική επικοινωνία)

α) Να αναφέρετε πέντε (5) εμπόδια που δυσχεραίνουν την επικοινωνία.

(Μονάδες 15)

β) Να εξηγήσετε πως η προσωπική εμφάνιση επιδρά θετικά ή αρνητικά στο ακροατήριο ενός ομιλητή. **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Ενδεικτικά εμπόδια στην επικοινωνία:

- Συγχύσεις
- Θέσεις-Νοοτροπία
- Εγωιστικές διαθέσεις
- Ενδιαφέροντα
- Τεχνικά μέσα-Μόρφωση

β) Η εμφάνιση του ομιλητή μπορεί να επηρεάσει δυσμενώς ή ευμενώς το ακροατήριο. Π.χ., το «εξεζητημένο» ντύσιμο ή το πολύ αυστηρό, ανάλογα, μπορεί να προκαλέσει ενόχληση, στους ακροατές και σχόλια, με αποτέλεσμα να εμφανιστούν από την αρχή τα πρώτα εμπόδια στη σωστή μετάδοση μηνυμάτων και επομένως στην επικοινωνία. Αυτά όμως μπορούν να προβλεφθούν από τους ειδικούς, που έχουν υπόψη τους όλο το πλάνο της οργάνωσης.

Θέμα #36865

ΘΕΜΑ 4^ο (3.5 Προφορική επικοινωνία, 3.7 Επικοινωνία με σημεία και σύμβολα)

α) Αιτιολογείστε συνοπτικά πως η προσωπική μας εμφάνιση επηρεάζει θετικά ή αρνητικά την επικοινωνία κατά τη διάρκεια μιας ομιλίας.

(Μονάδες 10)

β) Θεωρείτε ότι το περιβάλλον παίζει ρόλο στην αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας (πχ. σε μια ομιλία); Ναι ή όχι; Σε κάθε περίπτωση αιτιολογείστε την απάντησή σας.

(Μονάδες 10)

γ) Γράψτε πέντε (5) δικά σας παραδείγματα επικοινωνίας με σημεία και σύμβολα.

(Μονάδες 5)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η εμφάνιση του ομιλητή μπορεί να επηρεάσει δυσμενώς ή ευμενώς το ακροατήριο. Π.χ., το «εξεζητημένο» ντύσιμο ή το πολύ αυστηρό, ανάλογα, μπορεί να προκαλέσει ενόχληση, στους ακροατές και σχόλια, με αποτέλεσμα να εμφανιστούν από την αρχή τα πρώτα εμπόδια στη σωστή μετάδοση μηνυμάτων και επομένως στην επικοινωνία. Αυτά όμως μπορούν να προβλεφθούν από τους ειδικούς, που έχουν υπόψη τους όλο το πλάνο της οργάνωσης.

β) Κατά την οργάνωση της ομιλίας δεν πρέπει να παραβλέπεται η εξασφάλιση του καλύτερου δυνατού περιβάλλοντος διότι βοηθά στην καλύτερη μετάδοση του μηνύματος και στην αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας. Το περιβάλλον αποτελούν ο κατάλληλος χώρος για τον ομιλητή και τους ακροατές, ο φωτισμός, η ακουστική της αίθουσας, η απόσταση του ομιλητή από το κοινό, η χρήση μικροφωνικών εγκαταστάσεων, η ακουστική του χώρου, ο αερισμός κτλ. Εάν κάποιο ή κάποια από αυτά τα είδη περιβάλλοντος δεν είναι κατάλληλο, δυσχεραίνεται η αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας και μπορεί να δημιουργηθούν ανεπιθύμητοι θόρυβοι.

γ) Ενδεικτικοί τρόποι επικοινωνίας με σημεία ή σύμβολα:

- Τα σύμβολα του κώδικα Morse.
- Τα σύμβολα της στενογραφίας.
- Τα σύμβολα κυκλοφορίας στους δρόμους για τα οχήματα, σκάφη και τους πεζούς (πχ. ταμπέλες, το χρώμα στα φανάρια, σημαίες, φώτα οχημάτων, κλπ.).
- Η επικοινωνία των τυφλών με των κώδικα Brille.
- Ο οπτικός τηλεγράφος των πολεμικών πλοίων.
- Η επικοινωνία με τα σήματα καπνού των Ινδιάνων.
- Η επικοινωνία με σύμβολα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (πχ. φατσούλες).

Θέμα #28293

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Τι γνωρίζετε για την προσωπική προφορική επικοινωνία από απόσταση;

(Μονάδες 5)

β) Από την άμεση προσωπική, προφορική επικοινωνία με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων, να περιγράψετε:

i. τις συνελεύσεις

(Μονάδες 10)

ii. τις συσκέψεις

(Μονάδες 4)

iii. τα συνέδρια

(Μονάδες 6)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Στη διάκριση αυτή περιλαμβάνεται το τηλέφωνο. Το τηλέφωνο, με τη διάδοση που έχει, χρησιμοποιείται πάρα πολύ για επιχειρηματικούς σκοπούς και αποτελεί ένα από τα όργανα των δημοσίων σχέσεων. Πρέπει όμως να χρησιμοποιείται σωστά, προκειμένου να έχουμε τα αποτελέσματα, που επιθυμούμε.

β)

i. Η έννοια των συνελεύσεων αναλύεται τόσο από τον Αστικό Κώδικα, για τα ιδιωτικά σωματεία, όσο και από τον Εμπορικό Νόμο, για τις εμπορικές εταιρείες. Για τα ιδιωτικά σωματεία συνέλευση είναι η συγκέντρωση όλων των γραμμένων μελών του σωματείου, προκειμένου να συζητήσουν, να ενημερωθούν ή να πάρουν αποφάσεις.

Π.χ. Η συνέλευση του σωματείου «ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ». Για τις εμπορικές εταιρείες συνέλευση είναι η συγκέντρωση όλων των μετόχων μιας επιχείρησης με σκοπό να ενημερωθούν ή να λάβουν αποφάσεις. Π.χ. η γενική συνέλευση της επιχείρησης «Α», ανώνυμης εταιρείας.

ii. Συσκέψεις είναι συναθροίσεις ατόμων για να σκεφτούν μαζί, συνήθως με το συντονισμό και την καθοδήγηση του προέδρου της σύσκεψης, σχετικά με την εξέταση από κοινού ορισμένων θεμάτων.

iii. Συνέδρια είναι συναντήσεις ατόμων ορισμένης ομάδας, που ανήκουν στο ίδιο επάγγελμα ή ενδιαφέρονται από κοινού για ένα θέμα. Η επιτυχία των συνεδρίων εξαρτάται από την οργάνωσή τους, την έγκαιρη ειδοποίηση εκείνων που θα προσκληθούν, τον τόπο και το χρόνο όπου θα πραγματοποιηθούν, από τα θέματα που θα εξεταστούν σ' αυτά και από εκείνους που θα τα αναπτύξουν.

Θέμα #28288

ΘΕΜΑ 2°

α) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

- i. Επικοινωνία είναι η ικανότητα του ανθρώπου να συνδιαλέγεται με τους άλλους και να ανταλλάσσει με αυτούς τις απόψεις του.
- ii. Οι χειρονομίες, οι εκφράσεις του προσώπου και οι κινήσεις του σώματος και της κεφαλής, δεν είναι μέσο επικοινωνίας.
- iii. Η εμφάνιση του ομιλητή μπορεί να επηρεάσει δυσμενώς ή ευμενώς το ακροατήριο.
- iv. Η σάλπιγγα στον στρατό και η καμπάνα της εκκλησίας, δεν ανήκουν στους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι επικοινωνούν μεταξύ τους.
- v. Οι συνεντεύξεις Τύπου ανήκουν στην άμεση προσωπική επικοινωνία, που γίνεται χωρίς μηχανικά μέσα.

(Μονάδες 15)

β) Η επικοινωνία σήμερα έχει καταστεί ιδιαίτερα προβληματική. Να περιγράψετε ποια είναι τα αίτια που τη δυσκολεύουν.

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α)

- i. Σ
- ii. Λ
- iii. Σ
- iv. Λ
- v. Λ

β) Η επικοινωνία σήμερα έχει καταστεί ιδιαίτερα προβληματική. Τα αίτια που δυσκολεύουν την επικοινωνία είναι τα εξής:

- i. Οι πολυάνθρωπες κοινωνίες, που αποξενώνουν τον άνθρωπο από το συνάνθρωπό του.
- ii. Η συσσώρευση στον καθένα μας πλήθους προβλημάτων, που προκαλούν έντονο άγχος.
- iii. Η διαφορά του μορφωτικού επιπέδου εμποδίζει πολλές φορές τη σωστή επικοινωνία των ανθρώπων μεταξύ τους.
- iv. Η εξέλιξη και η εξάπλωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και ιδιαίτερα της τηλεόρασης τα τελευταία χρόνια είναι εκπληκτική. Ο όγκος των κάθε είδους μηνυμάτων αυξάνεται με τέτοιο ρυθμό, ώστε να μιλάμε για "επικοινωνιακή ρύπανση".

Θέμα #28313

ΘΕΜΑ 4°

α) Από την άμεση προσωπική επικοινωνία, που γίνεται χωρίς μηχανικά μέσα, να περιγράψετε:

- i. Τη συνομιλία
- ii. Την προσωπική συνέντευξη για πρόσληψη ή προαγωγή εργαζομένου
- iii. Τις συζητήσεις
- iv. Τα μαθήματα- τα εκπαιδευτικά προγράμματα

(Μονάδες 16)

β) Τι είναι το μήνυμα και σε ποιες κατηγορίες διακρίνεται;

(Μονάδες 9)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

α)

i.Τη συνομιλία: Η συνομιλία είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος επικοινωνίας. Όταν εφαρμόζουμε τη συνομιλία ως μέσο επικοινωνίας στις δημόσιες σχέσεις, πρέπει να σκεφτόμαστε και να προετοιμαζόμαστε όσο είναι δυνατόν πιο καλά, ώστε να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις της άμεσης προσωπικής επικοινωνίας και να έχουμε τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.

ii.Την προσωπική συνέντευξη για πρόσληψη ή προαγωγή εργαζομένου: Η προσωπική συνέντευξη έχει ιδιαίτερη σημασία για τους υποψήφιους εργαζόμενους, εφόσον η θέση που επιζητούν θα τους λύσει το πρόβλημα επιβίωσης, κοινωνικής προβολής κτλ. Κατά την προφορική συνέντευξη θα πρέπει να έχουν προετοιμαστεί οι υποψήφιοι από πλευράς γνώσεων και να έχουν οπλιστεί με ετοιμότητα, ψυχραιμία και ετοιμολογία, προκειμένου να απαντούν στα προβλήματα και στα ερωτήματα που τους θέτουν.

iii.Τις συζητήσεις: Στη σύγχρονη εποχή οι συζητήσεις διακρίνονται σε δημόσιες συζητήσεις ή διαλέξεις και σε ιδιωτικές συζητήσεις. Οι δημόσιες συζητήσεις ή οι διαλέξεις αποβλέπουν στην παρουσίαση συγκεκριμένων γεγονότων σε προκαθορισμένο κοινό, πολυάριθμο ή όχι, για να τα σχολιάσουν να ανταλλάξουν, συνήθως, απόψεις και να καταλήξουν σε κάποιο συμπέρασμα. Ιδιωτικές συζητήσεις είναι εκείνες στις οποίες μετέχουν λίγα άτομα. Τέτοιες είναι π.χ, οι συζητήσεις των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου μιας οικονομικής μονάδας με τους εργοδηγούς της για τη σύσφιξη των προσωπικών και εργασιακών σχέσεων.

iv.Τα μαθήματα - τα εκπαιδευτικά προγράμματα: Τα μαθήματα και τα εκπαιδευτικά προγράμματα έχουν αναγνωριστεί από την πλειονότητα των ανθρώπων ως τα αποτελεσματικότερα μέσα επικοινωνίας. Εφαρμόζονται από πολλούς οργανισμούς, από ενώσεις και από μεμονωμένες επιχειρήσεις με σκοπό την επιμόρφωση, τη βελτίωση του επιπέδου απόδοσης εκείνων που συμμετέχουν σ' αυτά όσο και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που τα χρηματοδοτούν.

β) Μήνυμα είναι η εξωτερική αυτών που θέλει ο πομπός να κάνει γνωστό στους δέκτες, δηλαδή στους άλλους ανθρώπους, μέσω της επικοινωνίας. Τα μηνύματα κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες:

i.Λεκτικά

ii.Ηχητικά

iii.Οπτικά

iv.Σύνθετα

Θέμα #28311

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Από την άμεση προσωπική, προφορική επικοινωνία με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων, να περιγράψετε:

i. Τα συνέδρια

ii. Τις συνελεύσεις

iii. Τις συσκέψεις

(Μονάδες 12)

β) Ποιος είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην κοινωνική διάρθρωση και δράση;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

α)

i.Τα συνέδρια: Συνέδρια είναι συναντήσεις ατόμων ορισμένης ομάδας, που ανήκουν στο ίδιο επάγγελμα ή ενδιαφέρονται από κοινού για ένα θέμα. Η επιτυχία των συνεδρίων εξαρτάται από την οργάνωσή τους, την έγκαιρη ειδοποίηση εκείνων που θα προσκληθούν, τον τόπο και το χρόνο όπου θα πραγματοποιηθούν, από τα θέματα που θα εξεταστούν σ' αυτά και από εκείνους που θα τα αναπτύξουν.

ii.Τις συνελεύσεις: Η έννοια των συνελεύσεων αναλύεται τόσο από τον Αστικό Κώδικα, για τα ιδιωτικά σωματεία, όσο και από τον Εμπορικό Νόμο, για τις εμπορικές εταιρείες. Για τα ιδιωτικά σωματεία συνέλευση είναι η συγκέντρωση όλων των γραμμένων μελών του σωματείου, προκειμένου να συζητήσουν, να ενημερωθούν ή να πάρουν αποφάσεις. Π.χ. Η συνέλευση του σωματείου «ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ». Για τις εμπορικές εταιρείες συνέλευση είναι η συγκέντρωση όλων των μετόχων μιας επιχείρησης με σκοπό να ενημερωθούν ή να λάβουν αποφάσεις. Π.χ. η γενική συνέλευση της επιχείρησης «Α», ανώνυμης εταιρείας.

iii.Τις συσκέψεις Συσκέψεις είναι συναθροίσεις ατόμων για να σκεφτούν μαζί, συνήθως με το συντονισμό και την καθοδήγηση του προέδρου της σύσκεψης, σχετικά με την εξέταση από κοινού ορισμένων θεμάτων.

β) Ο ρόλος της επικοινωνίας στην κοινωνική διάρθρωση και δράση είναι τεράστιος. Η κοινωνική ζωή είναι δυνατή μόνο μέσω της ικανότητας των ανθρώπων να επικοινωνούν. Χωρίς την ύπαρξη της επικοινωνίας δε θα ήταν δυνατή η συσσώρευση της ανθρώπινης πείρας και δε θα υπήρχε το μοίρασμα των εμπειριών, των γνώσεων και των αντιλήψεων των ατόμων που μετέχουν στο κοινωνικό σύνολο. Η ικανότητα του ανθρώπου να συνδιαλέγεται με τους άλλους και να ανταλλάσσει με αυτούς τις απόψεις του είναι το πρώτο βήμα διαφοροποίησης της ανθρώπινης ύπαρξης από τους άλλους ζώντες οργανισμούς.

Η επικοινωνία αρχικά διευκολύνει τη σχέση των ατόμων, των ομάδων, των οργανισμών ή των επιχειρήσεων με το κοινό, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στην αλληλοκατανόηση. Επίσης έχει την ικανότητα να ανακαλύπτει νέους τρόπους μεταβίβασης των πληροφοριών και αποτελεί ένα συνδετικό κρίκο μεταξύ των ανθρώπων.

Θέμα #28310

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Τι γνωρίζετε για τις διαλέξεις ως υποκατηγορίες της άμεσης προσωπικής, προφορικής επικοινωνίας με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων; **(Μονάδες 12)**

β) Τι γνωρίζετε για τις Συνεντεύξεις Τύπου ως υποκατηγορίες της άμεσης προσωπικής, προφορικής επικοινωνίας με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων; **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Διαλέξεις γίνονται για την ανάπτυξη γενικών ή ειδικών θεμάτων κοινωνικού ή οικονομικού ή τεχνικού περιεχομένου στο κοινό το οποίο ενδιαφέρεται για τέτοια θέματα. Γίνονται επίσης για παροχή εξειδικευμένων πληροφοριών σε κάποιο ειδικό θέμα. Το κοινό προσκαλείται είτε με ανακοινώσεις στον τύπο είτε με ειδικές προσκλήσεις, αν ο αριθμός των ακροατών είναι περιορισμένος, και η σύνθεσή του ακροατηρίου μάλλον ομοιογενής.

Η σημασία των διαλέξεων είναι μεγάλη. Για να έχουμε όμως τα επιθυμητά αποτελέσματα, είναι ανάγκη πριν από κάθε διάλεξη να γίνεται σωστή προετοιμασία και γενικά να υπάρχει σωστή οργάνωση. Στις Η.Π.Α. έχουν ιδρυθεί ειδικά γραφεία ομιλητών, τα οποία εκπαιδεύουν τα άτομα που προορίζονται για ομιλητές οργανώσεων, επιχειρήσεων κτλ. και τους μαθαίνουν να αναπτύσσουν θέματα σχετικά με την οικονομική μονάδα στην οποία ανήκουν.

β) Συνεντεύξεις Τύπου είναι η πρόσκληση εκπροσώπων του Τύπου (εφημερίδων, περιοδικών ή και ειδησεογραφικών πρακτορείων), καθώς και εκπροσώπων των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών ιδρυμάτων ή και εταιρειών (όπως συμβαίνει στο εξωτερικό) για να τους ανακοινωθεί ένα σοβαρό θέμα ή ένα σπουδαίο γεγονός, προκειμένου να δοθεί σ' αυτό στη συνέχεια μεγάλη δημοσιότητα.

Για να έχουν επιτυχία οι συνεντεύξεις τύπου, πρέπει να υπάρχουν οι εξής προϋποθέσεις:

i. το θέμα που θα ανακοινωθεί να είναι σημαντικό και ενδιαφέρον,

ii. η παρουσίαση του θέματος να γίνει με τον κατάλληλο τρόπο από ενημερωμένο πρόσωπο,

iii. οι απαντήσεις σε τυχόν ερωτήσεις να είναι όσο το δυνατόν πλήρεις και αντικειμενικές χωρίς αντιδράσεις και χωρίς προσπάθεια επηρεασμού των εκπροσώπων του Τύπου, για να παρουσιάσουν ευνοϊκά το θέμα,

iv. ο χρόνος και ο τόπος της συνέντευξης να εξυπηρετεί εκείνους που θα πάρουν μέρος σε αυτήν και

v. να υπάρχει έτοιμο πληροφοριακό υλικό για εκείνον που οργανώνει τη συνέντευξη.

Θέμα #28309

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Από την άμεση προσωπική επικοινωνία, που γίνεται χωρίς μηχανικά μέσα, να περιγράψετε:

i. Τη συνομιλία

ii. Την προσωπική συνέντευξη για πρόσληψη ή προαγωγή εργαζομένου

iii. Τις συζητήσεις

iv. Τα μαθήματα- τα εκπαιδευτικά προγράμματα

(Μονάδες 20)

β) Από την άμεση προσωπική, προφορική επικοινωνία με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων να περιγράψετε τα υνένδρια. **(Μονάδες 5)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α)

i. Τη συνομιλία: Η συνομιλία είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος επικοινωνίας. Όταν εφαρμόζουμε τη συνομιλία ως μέσο επικοινωνίας στις δημόσιες σχέσεις, πρέπει να σκεφτόμαστε και να προετοιμαζόμαστε όσο είναι δυνατόν πιο καλά, ώστε να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις της άμεσης προσωπικής επικοινωνίας και να έχουμε τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.

ii. Την προσωπική συνέντευξη για πρόσληψη ή προαγωγή εργαζομένου: Η προσωπική συνέντευξη έχει ιδιαίτερη σημασία για τους υποψήφιους εργαζόμενους, εφόσον η θέση που επιζητούν θα τους λύσει το πρόβλημα επιβίωσης, κοινωνικής προβολής κτλ. Κατά την προφορική συνέντευξη θα πρέπει να έχουν προετοιμαστεί οι υποψήφιοι από πλευράς γνώσεων και να έχουν οπλιστεί με ετοιμότητα, ψυχραιμία και ετοιμολογία, προκειμένου να απαντούν στα προβλήματα και στα ερωτήματα που τους θέτουν.

iii. Τις συζητήσεις: Στη σύγχρονη εποχή οι συζητήσεις διακρίνονται σε δημόσιες συζητήσεις ή διαλέξεις και σε ιδιωτικές συζητήσεις. Οι δημόσιες συζητήσεις ή οι διαλέξεις αποβλέπουν στην παρουσίαση συγκεκριμένων

γεγονότων σε προκαθορισμένο κοινό, πολυάριθμο ή όχι, για να τα σχολιάσουν να ανταλλάξουν, συνήθως, απόψεις και να καταλήξουν σε κάποιο συμπέρασμα. Ιδιωτικές συζητήσεις είναι εκείνες στις οποίες μετέχουν λίγα άτομα. Τέτοιες είναι π.χ, οι συζητήσεις των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου μιας οικονομικής μονάδας με τους εργοδηγούς της για τη σύσφιξη των προσωπικών και εργασιακών σχέσεων.

iv. Τα μαθήματα - τα εκπαιδευτικά προγράμματα: Τα μαθήματα και τα εκπαιδευτικά προγράμματα έχουν αναγνωριστεί από την πλειονότητα των ανθρώπων ως τα αποτελεσματικότερα μέσα επικοινωνίας. Εφαρμόζονται από πολλούς οργανισμούς, από ενώσεις και από μεμονωμένες επιχειρήσεις με σκοπό την επιμόρφωση, τη βελτίωση του επιπέδου απόδοσης εκείνων που συμμετέχουν σ' αυτά όσο και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που τα χρηματοδοτούν.

β) Τα συνέδρια: Συνέδρια είναι συναντήσεις ατόμων ορισμένης ομάδας, που ανήκουν στο ίδιο επάγγελμα ή ενδιαφέρονται από κοινού για ένα θέμα. Η επιτυχία των συνεδρίων εξαρτάται από την οργάνωσή τους, την έγκαιρη ειδοποίηση εκείνων που θα προσκληθούν, τον τόπο και το χρόνο όπου θα πραγματοποιηθούν, από τα θέματα που θα εξεταστούν σ' αυτά και από εκείνους που θα τα αναπτύξουν.

Θέμα #28308

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Πως ορίζεται ο πομπός και ποιοι είναι ορισμένοι από τους παράγοντες που πρέπει να λάβει υπόψη του, προκειμένου η επικοινωνία του να είναι αποτελεσματική; **(Μονάδες 13)**

β) Ποιοι είναι οι παράγοντες που πρέπει να έχει συνεχώς στον νου του ένας ομιλητής, για να πετύχει τη μετάδοση του μηνύματός του; **(Μονάδες 3)**

γ) Τι είναι το μήνυμα και σε ποιες κατηγορίες διακρίνεται; **(Μονάδες 9)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Όταν λέμε πομπό, εννοούμε το πρόσωπο, φυσικό ή νομικό, που επιθυμεί να εκφράσει τις απόψεις του, τις σκέψεις του κτλ. και να επικοινωνήσει με άλλους ανθρώπους. Ο πομπός είναι υποχρεωμένος να λάβει υπόψη του ορισμένους παράγοντες, προκειμένου η επικοινωνία του να είναι αποτελεσματική. Ορισμένοι από αυτούς είναι:

- i. ο προσδιορισμός του περιεχομένου του μηνύματος,
- ii. εντοπισμός όπου είναι δυνατόν των δεκτών του μηνύματος,
- iii. ο προγραμματισμός των απαραίτητων ενεργειών,
- iv. η εκλογή των τρόπων και των μέσων μεταβίβασης του μηνύματος,
- v. η μελέτη και πρόγνωση των πινάκων αποτελεσμάτων.

β) Ο ομιλητής, για να πετύχει τη μετάδοση του μηνύματός του, πρέπει να έχει συνεχώς στο νου του:

- i. Τις δυνατότητες του συνομιλητή του, δηλαδή τις εμπειρίες, τη διάθεση, τις φυσικές ικανότητες αυτού κ.ο.κ.
- ii. Το αντικείμενο της συνομιλίας, δηλαδή πρέπει να έχει σχεδιάσει ορθολογικά το περιεχόμενο της συνομιλίας, οι δε ιδέες να τακτοποιούνται κατά τρόπο κατανοητό.
- iii. Τον σκοπό για τον οποίο θα γίνει η ομιλία.

γ) Μήνυμα είναι η εξωτερική αυτών που θέλει ο πομπός να κάνει γνωστό στους δέκτες, δηλαδή στους άλλους ανθρώπους, μέσω της επικοινωνίας. Τα μηνύματα κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες:

- i. Λεκτικά
- ii. Ηχητικά
- iii. Οπτικά
- iv. Σύνθετα

Θέμα #28307

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Βασικό στοιχείο των δημοσίων σχέσεων αποτελεί η επικοινωνία. Τι εννοούμε με τον όρο αυτό; **(Μονάδες 3)**

β) Ποιος είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην κοινωνική διάρθρωση και δράση; **(Μονάδες 13)**

γ) Για τις Δημόσιες Σχέσεις, οι προϋποθέσεις για μια αποτελεσματική επικοινωνία είναι η απόκτηση ή η διαμόρφωση ικανών στελεχών. Να αναφέρετε τι πρέπει να διαθέτουν τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων για να χαρακτηριστούν ως ικανά. **(Μονάδες 9)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Με τον όρο επικοινωνία εννοούμε την ανταλλαγή ή και τη μεταβίβαση σκέψεων, ιδεών, γνώσεων, ειδήσεων και άλλων επιθυμιών ή εντολών από άτομο ή από άτομα προς άλλο άτομο ή προς ομάδες ατόμων.

β) Ο ρόλος της επικοινωνίας στην κοινωνική διάρθρωση και δράση είναι τεράστιος. Η κοινωνική ζωή είναι δυνατή μόνο μέσω της ικανότητας των ανθρώπων να επικοινωνούν. Χωρίς την ύπαρξη της επικοινωνίας δε θα ήταν δυνατή η συσώρευση της ανθρώπινης πείρας και δε θα υπήρχε το μοίρασμα των εμπειριών, των γνώσεων και των αντιλήψεων των ατόμων που μετέχουν στο κοινωνικό σύνολο. Η ικανότητα του ανθρώπου να συνδιαλέγεται με τους άλλους και να ανταλλάσσει με αυτούς τις απόψεις του είναι το πρώτο βήμα διαφοροποίησης της ανθρώπινης ύπαρξης από τους άλλους ζώντες οργανισμούς.

Η επικοινωνία αρχικά διευκολύνει τη σχέση των ατόμων, των ομάδων, των οργανισμών ή των επιχειρήσεων με το κοινό, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στην αλληλοκατανόηση. Επίσης έχει την ικανότητα να ανακαλύπτει νέους τρόπους μεταβίβασης των πληροφοριών και αποτελεί ένα συνδυαστικό κρίκο μεταξύ των ανθρώπων.

γ) Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων, για να χαρακτηριστούν ως ικανά, πρέπει να διαθέτουν:

i. Έμφυτο ταλέντο, το οποίο μπορεί να καλλιεργηθεί και να βελτιωθεί.

ii. Θεωρητικές γνώσεις ψυχολογίας, κοινωνιολογίας και διοίκησης.

iii. Τεχνική κατάρτιση, δηλαδή γνώση των μέσων επικοινωνίας και κυρίως των σύγχρονων οπτικοακουστικών και ηλεκτρονικών μέσων.

Θέμα #28305

ΘΕΜΑ 4^ο

α) Τι γνωρίζετε για την ομιλία και την ακρόαση;

(Μονάδες 4)

β) Να περιγράψετε αναλυτικά τους «κώδικες επικοινωνίας» που γνωρίζετε.

(Μονάδες 21)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η ομιλία και η ακρόαση αποτελούν τους δύο πόλους της διαδικασίας της συνομιλίας. Μια ομιλία, για να είναι επιτυχής, πρέπει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της ακρόασης. Ειδικότερα η ακρόαση προϋποθέτει καταβολή μεγαλύτερης προσπάθειας για την κατανόηση του μηνύματος του ομιλητή, ο οποίος συνήθως έχει καταναλώσει περισσότερο χρόνο στη σύλληψη και κωδικοποίηση της ιδέας από το χρόνο που διαθέτει ο ακροατής για να ακούσει και ταυτόχρονα να αποκωδικοποιήσει (κατανοήσει) την ιδέα.

β) Εκτός από την προφορική και τη γραπτή επικοινωνία έχουμε και τους «κώδικες επικοινωνίας»:

i. Τη δεκαετία του 1790 εμφανίστηκε στη Γαλλία ο τρόπος επικοινωνίας από απόσταση με σημαίες.

ii. Διαδεδομένος ακόμη και σήμερα είναι ο κώδικας σημάτων Morse, με τις τελείες και τις παύλες, που ο συνδυασμός τους με βάση τις οδηγίες βοηθάει σημαντικά στην ασύρματη τηλεπικοινωνία κυρίως μεταξύ μεγάλων αποστάσεων.

iii. Συναφής είναι και ο οπτικός τηλεγράφος, τον οποίο χρησιμοποιούν τα πολεμικά πλοία.

iv. Ο Γάλλος Luis Braille (1809-1852) επινόησε τον κώδικα επικοινωνίας που χρησιμοποιεί ανάγλυφα στοιχεία (τελείες) σε κατάλληλες θέσεις για την επικοινωνία των τυφλών μέσω της αφής τους.

v. Διάφορα σύμβολα χρησιμοποιούνται διεθνώς για την ασφαλή κυκλοφορία των πεζών, των αυτοκινήτων και των εργαζομένων μέσα στους χώρους εργασίας τους και ειδικότερα στις βιομηχανικές εγκαταστάσεις και οικοδομές.

vi. Στη στενογραφία χρησιμοποιούνται σύμβολα που απεικονίζουν γράμματα λέξεις ή και ολόκληρες προτάσεις, με τα οποία μεταδίδονται μηνύματα ή και ολόκληρα κείμενα.

vii. Και τέλος σήμερα υπάρχουν τα συστήματα δορυφορικής κάλυψης, μέσω των οποίων γνωρίζουμε, π.χ., σε ποιο σημείο της θάλασσας βρίσκεται ένα πλοίο χωρίς να χρειάζεται να επικοινωνήσουμε με τον ασυρματιστή.

Θέμα #28295

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Σε κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις να επιλέξετε τη σωστή απάντηση:

i. Η επικοινωνία μεταξύ των ατόμων είναι ιδιαίτερα προβληματική, διότι:

α) οι πολυάνθρωπες κοινωνίες αποξενώνουν τον άνθρωπο από τους συνανθρώπους του,

β) υπάρχει το άγχος της επίλυσης των διάφορων προβλημάτων,

γ) τα μέσα μαζικής ενημέρωσης εκπέμπουν μεγάλο όγκο μηνυμάτων,

δ) συμβαίνουν όλα τα παραπάνω.

ii. Ποιο από τα παρακάτω δεν αποτελεί τύπο προφορικής επικοινωνίας:

α) η ομιλία,

β) η συνέντευξη,

γ) η υπαγόρευση,

δ) τα σύμβολα.

iii. Ποιο από τα παρακάτω μέσα δεν περιλαμβάνεται στα οπτικά μέσα επικοινωνίας:

α) τα βιβλία και τα έντυπα,

β) οι εκθέσεις,

γ) τα ηχητικά μηνύματα,

δ) ο ημερήσιος Τύπος.

iv. Στην κατηγορία των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας περιλαμβάνονται:

α) ο κινηματογράφος,

β) η τηλεόραση,

- γ) οι εφημερίδες,
- δ) όλα τα παραπάνω.
- ν. Τα μηνύματα είναι:

- α) λεκτικά-ηχητικά,
- β) οπτικά,
- γ) όλα τα παραπάνω,
- δ) τίποτα από τα παραπάνω.

(Μονάδες 15)

β) Ποιοι είναι ορισμένοι από τους παράγοντες που ο πομπός είναι υποχρεωμένος να λάβει υπόψη του, προκειμένου η επικοινωνία του να είναι αποτελεσματική;

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

- α)
- i. δ
- ii. δ
- iii. γ
- iv. δ
- v. γ

β) Ο πομπός είναι υποχρεωμένος να λάβει υπόψη του ορισμένους παράγοντες, προκειμένου η επικοινωνία του να είναι αποτελεσματική. Ορισμένοι από αυτούς είναι:

- i. ο προσδιορισμός του περιεχομένου του μηνύματος,
- ii. ο εντοπισμός, όπου είναι δυνατόν, των δεκτών του μηνύματος,
- iii. ο προγραμματισμός των απαραίτητων ενεργειών,
- iv. η εκλογή των τρόπων και των μέσων μεταβίβασης του μηνύματος,
- v. η μελέτη και πρόγνωση των πινάκων αποτελεσμάτων.

Θέμα #28294

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

- i. Η εμφάνιση του ομιλητή μπορεί να επηρεάσει δυσμενώς ή ευμενώς το ακροατήριο.
- ii. Οι συνεντεύξεις Τύπου ανήκουν στην άμεση προσωπική επικοινωνία, που γίνεται χωρίς μηχανικά μέσα.
- iii. Οι χειρονομίες, οι εκφράσεις του προσώπου και οι κινήσεις του σώματος και της κεφαλής, δεν είναι μέσο επικοινωνίας.
- iv. Επικοινωνία είναι η ικανότητα του ανθρώπου να συνδιαλέγεται με τους άλλους και να ανταλλάσσει με αυτούς τις απόψεις του.
- v. Η μουσική και τα συνθηματικά χτυπήματα τυμπάνων, δεν ανήκουν στους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι επικοινωνούν μεταξύ τους.

(Μονάδες 15)

β) Σε ποιες υποκατηγορίες διακρίνεται η κατηγορία της άμεσης προσωπικής, προφορικής επικοινωνίας με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων;

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

- α)
- i. Σ
- ii. Λ
- iii. Λ
- iv. Σ
- v. Λ

β) Η κατηγορία αυτή της άμεσης προσωπικής, προφορικής επικοινωνίας διακρίνεται στις εξής υποκατηγορίες:

- i. Στις διαλέξεις.
- ii. Στις συνεντεύξεις Τύπου.
- iii. Στα συνέδρια.
- iv. Στις συνελεύσεις.
- v. Στις συσκέψεις.

Θέμα #28291

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Από την άμεση προσωπική, προφορική επικοινωνία με χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων, να περιγράψετε τα συνέδρια. **(Μονάδες 10)**

β) Τι γνωρίζετε για την απρόσωπη προφορική επικοινωνία;

(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Συνέδρια είναι συναντήσεις ατόμων ορισμένης ομάδας, που ανήκουν στο ίδιο επάγγελμα ή ενδιαφέρονται από κοινού για ένα θέμα. Η επιτυχία των συνεδρίων εξαρτάται από την οργάνωσή τους, την έγκαιρη ειδοποίηση εκείνων που θα προσκληθούν, τον τόπο και το χρόνο όπου θα πραγματοποιηθούν, από τα θέματα που θα εξεταστούν σ' αυτά και από εκείνους που θα τα αναπτύξουν.

β) Στην απρόσωπη προφορική επικοινωνία, περιλαμβάνεται το ραδιόφωνο. Το ραδιόφωνο είναι ένα από τα μέσα με τα οποία επηρεάζουμε από απόσταση το αισθητήριο της ακοής των ανθρώπων και γι' αυτό κατατάσσεται στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, κυρίως μονόδρομης κατεύθυνσης. Αυτό σημαίνει ότι ο ακροατής ακούει, αν θέλει, την εκπομπή, και το μόνο όπλο αντίδρασης που έχει είναι να διακόψει την ακρόαση ή να αρνηθεί από την αρχή να ακούσει τη συγκεκριμένη εκπομπή.

Η έλλειψη αντιλόγου είναι μια υπεροχή του «πομπού», αλλά συγχρόνως είναι και μειονέκτημα διότι δε γνωρίζει αν το μήνυμά του έφτασε στο «δέκτη». Επιβάλλεται λοιπόν να γίνεται με μεγάλη προσοχή η εκπομπή των μηνυμάτων των δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να έχουν αυτά την κατά το δυνατόν μεγαλύτερη ακροαματικότητα και συγχρόνως να επιδρούν στον ακροατή- «δέκτη», ώστε να επιτευχθεί ο προκαθορισμένος σκοπός.

Εκτός από το ραδιόφωνο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και το μαγνητόφωνο ως μέσο προφορικής επικοινωνίας για τη μετάδοση κάποιων μηνυμάτων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Θέμα #28290

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Ποιοι είναι οι τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι επικοινωνούν μεταξύ τους;

(Μονάδες 12)

β) Τι γνωρίζετε για την προφορική επικοινωνία; Ποιοι είναι οι πιο συνηθισμένοι τύποι προφορικής επικοινωνίας;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Οι άνθρωποι επικοινωνούν μεταξύ τους με τους εξής τρόπους:

i) Προφορικά.

ii) Γραπτά.

iii) Με σημεία και σύμβολα.

iv) Με χειρονομίες, με εκφράσεις του προσώπου και με κινήσεις του σώματος.

v) Με μη φωνητικούς ήχους, δηλαδή με μουσική, με συνθηματικά χτυπήματα τυμπάνων κλπ.

vi) Με συνδυασμούς των παραπάνω, δηλαδή με ομιλία, μουσική και εικόνες ή με προφορικό λόγο και με χειρονομίες.

β) Η προφορική είναι η πιο εύκολη και η πιο διαδεδομένη μορφή επικοινωνίας. Έχει το πλεονέκτημα της ταχύτητας με την οποία μεταδίδεται το μήνυμα και προσφέρεται τόσο για τη λήψη άμεσων αποφάσεων όσο και για την εύκολη κατανόηση. Ο συνδυασμός δε της προφορικής επικοινωνίας με τα χρησιμοποιούμενα τεχνικά μέσα, όπως τηλέφωνα, μηχανήματα υπαγόρευσης, μεγάφωνα και διάφορα άλλα σύγχρονα συστήματα μειώνει το κόστος της επικοινωνίας. Οι πιο συνηθισμένοι τύποι προφορικής επικοινωνίας είναι οι εξής:

i) Ομιλία και ακρόαση

ii) Συνέντευξη

iii) Ομιλία-Διάλεξη

iv) Υπαγόρευση

v) Προφορική αναφορά.

4^ο Κεφάλαιο Δημόσιες Σχέσεις

Θέμα #36870

ΘΕΜΑ 2^ο (4.1. Έννοια – ορισμός, 4.2. Παράγοντες διαμόρφωσης (ή σχηματισμός) της κοινής γνώμης, 5.1.1.1. Εξαρτημένη μορφή οργάνωσης δημοσίων σχέσεων, 5.1.1.2. Ανεξάρτητη ή ελεύθερη οργάνωση δημοσίων σχέσεων.)

α) Να αναφέρετε τι συντελεί στη διαδικασία σχηματισμού της κοινής γνώμης.

(Μονάδες 5)

β) Η κοινή γνώμη μεταβάλλεται σε μεγάλα ή μικρά χρονικά διαστήματα. Να αναφέρετε με ποιο τρόπο προκύπτει αυτή η μεταβολή.

(Μονάδες 10)

γ) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

1. Η εξαρτημένη μορφή οργάνωσης των Δημοσίων Σχέσεων εμφανίζεται σε οικονομικές μονάδες που διαθέτουν είτε υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων, είτε σύμβουλο δημοσίων σχέσεων.

2. Η εξαρτημένη μορφή οργάνωσης των Δημοσίων Σχέσεων εμφανίζεται σε οικονομικές μονάδες που διαθέτουν είτε υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων, είτε σύμβουλο δημοσίων σχέσεων.

3. Η Διεύθυνση ή το Τμήμα ή η Υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων, ανάλογα με το μέγεθος της οικονομικής μονάδας, τοποθετείται οργανωτικά κοντά στη γενική διεύθυνσή της επιχείρησης.

4. Το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων υπάγεται απευθείας στη Διοίκηση της οικονομικής μονάδας.

5. Η μορφή της εξαρτημένης οργάνωσης των Δημοσίων Σχέσεων καλύπτει αρχικά το κενό που παρουσιάζεται στην οικονομική μονάδα, ώσπου αυτή να αποκτήσει το δικό της επιτελείο Δημοσίων Σχέσεων.

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Στη διαδικασία σχηματισμού της κοινής γνώμης συνενώνονται πολλές επιμέρους γνώμες, που έχουν υποστεί αλληλεπίδραση χάρη στην πληροφόρηση και στην επικοινωνία. Έτσι λοιπόν η κοινή γνώμη δεν είναι κοινή για όλους, αλλά είναι η γνώμη την οποία συμμερίζεται και αποδέχεται ένας μεγάλος αριθμός, η πλειονότητα μιας κοινωνίας, μεγάλης ή μικρής.

β) Οι ίδιοι παράγοντες που είναι οι συντελεστές του σχηματισμού της κοινής γνώμης μπορούν σε πολύ μεγάλα ή μικρά χρονικά διαστήματα να μεταβάλουν ή και να αλλάξουν, για το ίδιο ζήτημα, γνώμη. Και αυτό, διότι οι παράγοντες (άνθρωποι) κληρονομούν ιστορικά γεγονότα, παραστάσεις του παρελθόντος και τροφοδοτούν με τη σειρά τους τις επόμενες γενεές κατά τις οποίες μπορεί να έχουμε μεταβολές ή και ριζικές αλλαγές της κοινής γνώμης σχετικά με το ίδιο θέμα. Βέβαια στους παραπάνω παράγοντες (στους ανθρώπους) επιδρούν καθοριστικά και στοιχεία κοινωνικά, ψυχολογικά, πολιτιστικά, οικονομικά κτλ. Που διαμορφώνουν επίσης ή μεταβάλλουν την κοινή γνώμη.

γ)

1. Λάθος

2. Σωστό

3. Σωστό

4. Σωστό

5. Λάθος

Θέμα #27899

ΘΕΜΑ 4^ο(4.2. Παράγοντες διαμόρφωσης (ή σχηματισμός) της κοινής γνώμης)

Μεγάλη σημασία έχει το πλαίσιο του καθεστώτος μέσα στο οποίο διαμορφώνεται η εκάστοτε κοινή γνώμη.

α) Πότε μιλάμε για “ανοιχτή” γνώμη;

(Μονάδες 7)

β) Πότε μιλάμε για “κλειστή” γνώμη;

(Μονάδες 7)

γ) Ποιοι είναι οι παράγοντες διαμόρφωσης (ή σχηματισμού) της κοινής γνώμης; (Εκτός από το πλαίσιο του καθεστώτος).

(Μονάδες 11)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Συνήθως μιλάμε για «γνώμη», όταν αυτή διαμορφώνεται ελεύθερα στο πλαίσιο ενός δημοκρατικού καθεστώτος. Ειδικότερα μιλάμε για «ανοιχτή» ή «φανερή» γνώμη, δεδομένου ότι οι πολίτες συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στις πολιτικές διαδικασίες και η διαμόρφωση της γνώμης προκύπτει ως αποτέλεσμα αυτής της συμμετοχής (συζητήσεις, πολιτικά κόμματα, συνδικαλισμός, ελευθεροτυπία).

β) Αντίθετα, η γνώμη εμφανίζεται «κλειστή» ή «κρυφή» στο πλαίσιο αυταρχικών καθεστώτων, όπου δεν επιτρέπεται η ελεύθερη έκφραση γνώμης. Στις περιπτώσεις αυτές βρίσκονται έμμεσοι τρόποι έκφρασης, όπως συμβαίνει με το μύθο, το ανέκδοτο, τη λογοτεχνία, τις θεατρικές επιθεωρήσεις κτλ.

γ) Οι παράγοντες που σχηματίζουν ή διαμορφώνουν την «κοινή γνώμη» για ένα ζήτημα είμαστε εμείς, οι άνθρωποι, ως ομάδα μεγάλη ή μικρή, επαγγελματική ή όχι, ως ολόκληρη κοινωνία, ως έθνος ή και ως κράτος ακόμη. Η γνώμη αυτή που εμφανίζεται ως «κοινή γνώμη» έχει γίνει αποδεκτή στη συνείδηση των ανθρώπων ως συμπέρασμα της πλειονότητας. Οι ίδιοι παράγοντες που είναι οι συντελεστές του σχηματισμού της κοινής γνώμης μπορούν σε πολύ μεγάλα ή μικρά χρονικά διαστήματα να μεταβάλουν ή και να αλλάξουν, για το ίδιο ζήτημα, γνώμη. Και αυτό, διότι οι παράγοντες (άνθρωποι) κληρονομούν ιστορικά γεγονότα, παραστάσεις του παρελθόντος και τροφοδοτούν με τη σειρά τους τις επόμενες γενεές κατά τις οποίες μπορεί να έχουμε μεταβολές ή και ριζικές αλλαγές της κοινής γνώμης σχετικά με το ίδιο θέμα. Βέβαια στους παραπάνω παράγοντες (στους ανθρώπους) επιδρούν καθοριστικά και στοιχεία κοινωνικά, ψυχολογικά, πολιτιστικά, οικονομικά κτλ. που διαμορφώνουν επίσης ή μεταβάλλουν την κοινή γνώμη.

Θέμα #27881

ΘΕΜΑ 4ο

Η ομάδα μπορεί να επιδράσει στα άτομα και να μεταβάλει τη γνώμη τους σύμφωνα με τις θέσεις και τις προσδοκίες της κοινής γνώμης. Στην περίπτωση αυτή έχουμε δυο διακρίσεις. Να περιγράψετε αναλυτικά την κάθε μία από αυτές.

(Μονάδες 25)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

Οι δύο διακρίσεις είναι οι εξής:

i. Ο επηρεασμός από την οικονομική μονάδα μέσω των δημοσίων σχέσεων. Οι διαδικασίες επηρεασμού της ομάδας είναι σωστές, θετικές και αποσκοπούν στο αμοιβαίο όφελος. Με την άποψη αυτή συμπορεύονται και οι αρχές των δημοσίων σχέσεων, που υποστηρίζουν ότι με τις προγραμματισμένες, προμελετημένες και συστηματικά καταβαλλόμενες ενέργειες από τις οικονομικές μονάδες είναι δυνατή η μεταστροφή της κοινής γνώμης υπέρ των σκοπών και των επιδιώξεων των οικονομικών μονάδων, με αμοιβαίο όφελος. Η πληροφόρηση και η ενημέρωση των ατόμων από την ομάδα, που στην περίπτωση αυτή είναι η οικονομική μονάδα, έχουν θετικά αποτελέσματα και για τις δύο πλευρές και αποτελούν βάση προόδου και συντελεστή ανάπτυξης συνεργασίας της κοινής γνώμης με την ομάδα.

ii. Ο επηρεασμός από την ομάδα (πλήθος, μάζα). Το άτομο είναι δυνατόν να επηρεαστεί από την ομάδα, είτε θετικά είτε αρνητικά, άλλο άτομο μπορεί να επηρεαστεί πιο πολύ, ενώ άλλο άτομο λιγότερο. Ο βαθμός επηρεασμού εξαρτάται και πάλι από ορισμένα προσωπικά στοιχεία. Η δυνατότητα αντίστασης στην υποβολή, η ύπαρξη σταθερών αρχών και αυτοπεποίθησης, η υπευθυνότητα, η ψυχραιμία αποτελούν στοιχεία τα οποία δείχνουν, με μεγάλη πιθανότητα ότι το άτομο με τέτοια προσωπικότητα προβάλλει μεγάλη αντίσταση στην επιρροή της ομάδας. Το αντίθετο συμβαίνει, όταν το άτομο δεν έχει τέτοια προσό-

5^ο Κεφάλαιο

Θέμα #36911

ΘΕΜΑ 2^ο (5.1.1. Μορφές οργάνωσης, 5.1.2. Πλεονεκτήματα)

α) Να αναφέρετε τις δύο (2) μορφές οργάνωσης των Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 5)**

β) Να αναφέρετε τέσσερα (4) πλεονεκτήματα της ανεξάρτητης μορφής των Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 20)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Η οργάνωση στις δημόσιες σχέσεις εμφανίζεται με δύο μορφές:

- ως εξαρτημένη οργάνωση,
- ως ανεξάρτητη, ελεύθερη οργάνωση.

β) Τα πλεονεκτήματα της ανεξάρτητης μορφής των Δημοσίων Σχέσεων είναι:

α. Η ποικιλία ικανοτήτων και ειδικεύσεων.

β. Η αντικειμενικότητα και η ανεξαρτησία γνώμης απέναντι στη διοίκηση της οικονομικής μονάδας.

γ. Η μεγάλη πείρα που έχει αποκτηθεί από την ενασχόληση με την επίλυση σχετικών προβλημάτων δημοσίων σχέσεων.

δ. Η γνώση της ιδιομορφίας του χώρου στον οποίο εργάζονται.

Θέμα #32143

ΘΕΜΑ 2^ο(5.1.1. Μορφές οργάνωσης, 5.2 Προγραμματισμός στις δημόσιες σχέσεις)

α) Ποια είναι τα στάδια των ενεργειών του προγραμματισμού στις δημόσιες σχέσεις; **(Μονάδες 12)**

β) Ποια είναι η κατάρτιση που πρέπει να διαθέτουν οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Ο προγραμματισμός μπορεί να διακριθεί σε τέσσερα στάδια ενεργειών.

- Στο στάδιο της προπαρασκευής του προγράμματος.
- Στο στάδιο της κατάρτισης του προγράμματος.
- Στο στάδιο της εφαρμογής του προγράμματος.
- Στο στάδιο της αξιολόγησης του προγράμματος

β) Όταν λέμε κατάρτιση, εννοούμε την εξειδίκευση του στελέχους σε θέματα δημοσίων σχέσεων. Αυτό σημαίνει ότι το στέλεχος πρέπει να γνωρίζει δημοσιογραφία, επικοινωνία και διαφήμιση και, για να ανταποκριθεί στο θέμα των ανθρώπινων σχέσεων, να γνωρίζει ψυχολογία και κοινωνιολογία. Επίσης, η γνώση της διαφήμισης προϋποθέτει γνώση μάρκετινγκ, πολιτικής οικονομίας, στατιστικής και ξένων γλωσσών.

Θέμα #32145

ΘΕΜΑ 2^ο(5.1.1.1. Εξαρτημένη μορφή οργάνωσης δημοσίων σχέσεων, 5.1.4.2. Κρίση, 5.1.4.3. Αντικειμενικότητα)

α) Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εξαρτημένης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 15)**

β) Τι γνωρίζετε για την κρίση και την αντικειμενικότητα που πρέπει να έχουν οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Τα πλεονεκτήματα της εξαρτημένης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων είναι:

- Εξασφαλίζεται η άμεση επικοινωνία με τη διοίκηση χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες και χωρίς να παρεμβάλλονται τρίτοι.
 - Το τμήμα δημοσίων σχέσεων περιβάλλεται από την αίγλη της υπευθυνότητας και της αξιοπιστίας, προκειμένου να ανταποκριθεί καλύτερα στις απαιτήσεις του σοβαρότατου έργου της, που αφορά όλες τις διευθύνσεις και τα τμήματα της επιχείρησης.
 - Τα στελέχη του τμήματος δημοσίων σχέσεων ασχολούνται με την επιχείρηση συστηματικά, ζουν με τους συναδέλφους της, συνεργάζονται μαζί τους, γνωρίζουν τα προβλήματά τους και τα προβλήματα της οικονομικής μονάδας και δείχνουν ενδιαφέρον για την επίλυσή τους. Παράλληλα, τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων γνωρίζουν ότι αφορά την οικονομική μονάδα καλύτερα από οποιονδήποτε άλλο.
- β)** Το στέλεχος δημοσίων σχέσεων πρέπει να έχει ορθή κρίση, δηλαδή να μπορεί να εκτιμά σωστά τα γεγονότα και τις περιστάσεις, να τις αξιολογεί και να λαμβάνει τα ανάλογα μέτρα. Το στέλεχος δημοσίων

σχέσεων πρέπει να έχει αντικειμενικότητα, είναι γνωστό ότι το στέλεχος δημοσίων σχέσεων είναι δέκτης των διαφόρων απόψεων του κοινού των απόψεων της διοίκησης, αλλά ταυτόχρονα είναι πομπός και των δύο. Ο ρόλος του είναι διπλός και η θέση του πολύ λεπτή στη μεταβίβαση των μηνυμάτων, των πληροφοριών και των γνώμων πρέπει να διακρίνεται από επαγγελματικό ρεαλισμό και αντικειμενικότητα.

Θέμα #32144

ΘΕΜΑ 2^ο(5.1.1.2. Ανεξάρτητη ή ελεύθερη οργάνωση δημοσίων σχέσεων., 5.1.2. Πλεονεκτήματα)

α) Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της ανεξάρτητης ή ελεύθερης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων;
(Μονάδες 12)

β) Τι γνωρίζετε για τους τρόπους με τους οποίους είναι δυνατόν να παρουσιαστεί η ανεξάρτητη ή ελεύθερη οργάνωση των δημοσίων σχέσεων;
(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Τα πλεονεκτήματα της ανεξάρτητης ή ελεύθερης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων είναι:

i) Ποικιλία ικανοτήτων και ειδικεύσεων.

ii) Αντικειμενικότητα και ανεξαρτησία γνώμης απέναντι στη διοίκηση της οικονομικής μονάδας.

iii) Μεγάλη πείρα, που έχει αποκτηθεί από την ενασχόληση με την επίλυση σχετικών προβλημάτων δημοσίων σχέσεων

iv) Γνώση της ιδιομορφίας του χώρου στον οποίο εργάζονται.

β) Η μορφή της ανεξάρτητης ή ελεύθερης οργάνωσης των δημοσίων σχέσεων είναι δυνατόν να παρουσιαστεί κατά διάφορους τρόπους.

Οι πιο συνηθισμένοι είναι οι εξής:

i) Οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων έχουν ειδικευμένα στελέχη επάνω σε θέματα δημοσίων σχέσεων. Οι εταιρείες αυτές διαθέτουν την κατάλληλη οργάνωση και ειδικό εξοπλισμό, μπορούν δε να εφαρμόσουν διάφορα προγράμματα δημοσίων σχέσεων, όπως π.χ. οργάνωση συνεδρίου, οργάνωση εορτασμού επετείου για μια επιχείρηση κτλ.

ii) Ο σύμβουλος δημοσίων σχέσεων παρέχει τις υπηρεσίες του, ανεξάρτητα, σε οικονομικές μονάδες που τις χρειάζονται, είτε διότι δεν έχουν υπηρεσία δημοσίων σχέσεων είτε διότι θέλουν τις συμβουλές και την εμπειρία του.

Θέμα #36869

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Να αναφέρετε δύο (2) μειονεκτήματα της ανεξάρτητης μορφής των Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 10)**

β) Να αναφέρετε τρία (3) βασικά προσόντα που πρέπει να έχει το προσωπικό των Δημοσίων Σχέσεων.
(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

α) Τα μειονεκτήματα της ανεξάρτητης μορφής των Δημοσίων Σχέσεων είναι:

α. Ο μικρότερος βαθμός επαφής με τις εσωτερικές εργασίες και με τα προβλήματα της οικονομικής μονάδας, σε σχέση με την εξαρτημένη υπηρεσία δημοσίων σχέσεων.

β. Η πιθανή αντίδραση του προσωπικού προς τις υποδείξεις οργάνου που βρίσκεται έξω από την ιεραρχία της μονάδας, με συνέπεια την περιορισμένη επιρροή του στην επιχειρηματική πολιτική.

β) Τα βασικά προσόντα που πρέπει να έχει το προσωπικό Δημοσίων Σχέσεων είναι:

- Κατάρτιση
- Κρίση
- Αντικειμενικότητα
- Εντιμότητα
- Εμφάνιση και κοινωνικότητα

Θέμα #32142

ΘΕΜΑ 2^ο(5.1.4. Προσωπικό των δημοσίων σχέσεων, 5.2 Προγραμματισμός στις δημόσιες σχέσεις)

α) Να αναφέρετε τα απαιτούμενα προσόντα που πρέπει να έχουν οι επαγγελματίες των δημόσιων σχέσεων.
(Μονάδες 12)

β) Ποιος είναι ο ρόλος του προγραμματισμού στις δημόσιες σχέσεις και σε ποια στάδια ενεργειών μπορεί να διακριθεί;
(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Οι επαγγελματίες των δημόσιων σχέσεων πρέπει να διαθέτουν τα εξής προσόντα:

- i. Κατάρτιση
- ii. Κρίση
- iii. Αντικειμενικότητα
- iv. Εντιμότητα
- v. Εμφάνιση και κοινωνικότητα

β) Με τον προγραμματισμό προκαθορίζονται σαφώς, ακριβώς, πλήρως και με λεπτομέρειες οι μελλοντικοί αντικειμενικοί σκοποί, οι μέθοδοι και τα μέσα δράσης, τα οποία και συντονίζονται ανάλογα.

Σύμφωνα με τα παραπάνω ο προγραμματισμός μπορεί να διακριθεί σε τέσσερα στάδια ενεργειών:

- i. Στο στάδιο της προπαρασκευής του προγράμματος.
- ii. Στο στάδιο της κατάρτισης του προγράμματος.
- iii. Στο στάδιο της εφαρμογής του προγράμματος.
- iv. Στο στάδιο της αξιολόγησης του προγράμματος

Θέμα #36912

ΘΕΜΑ 2° (5.1.4.2. Κρίση, 5.2.2. Κατάθεση του προγράμματος)

α) Να αναφέρετε τις έξι (6) διαδικασίες που περιλαμβάνει το στάδιο της κατάρτισης του προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 18)**

β) Ένα από τα απαιτούμενα προσόντα του προσωπικού Δημοσίων Σχέσεων είναι η κρίση. Να εξηγήσετε σε τι αναφέρεται αυτό το προσόν. **(Μονάδες 7)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Η κατάρτιση του προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων απαιτεί τις εξής διαδικασίες:

- Τον καθορισμό των στόχων του προγράμματος.
- Την επιλογή του κοινού στο οποίο απευθυνόμαστε.
- Την επιλογή των μέσων επικοινωνίας.
- Την επιλογή των μεθόδων επικοινωνίας.
- Την επιλογή του χρόνου ενέργειας.
- Την κατάρτιση του προϋπολογισμού δαπανών.

β) Το στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να έχει ορθή κρίση, δηλαδή να μπορεί να εκτιμά σωστά τα γεγονότα και τις περιστάσεις, να τις αξιολογεί και να λαμβάνει τα ανάλογα μέτρα.

Θέμα #32148

ΘΕΜΑ 4°(5.2.1.1. Συγκέντρωση πληροφοριών)

α) Υποθέστε ότι είστε επαγγελματίας των δημοσίων σχέσεων και υλοποιείτε ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων το οποίο βρίσκεται στο στάδιο της προπαρασκευής και ειδικότερα στο στάδιο της συγκέντρωσης πληροφοριών. Ποιες πληροφορίες θα συγκεντρώσετε; **(Μονάδες 15)**

β) Ποιες διαδικασίες απαιτεί η κατάρτιση του προγράμματος των δημοσίων σχέσεων; **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Η πρώτη ενέργεια κατά το στάδιο της προπαρασκευής του προγράμματος είναι η συγκέντρωση των απαιτούμενων στοιχείων.

Τα στοιχεία αυτά είναι:

- i. Γενικά στοιχεία για το αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων.
- ii. Ειδικά στοιχεία για το καταρτιζόμενο πρόγραμμα (οικονομικά, τεχνικά, κοινωνικά στοιχεία).
- iii. Ειδικά στοιχεία για το κοινό στο οποίο απευθύνεται το πρόγραμμα.
- iv. Στοιχεία για τη δράση και την κατάσταση των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.
- v. Στοιχεία για τα μέσα επικοινωνίας.

β) Η κατάρτιση του προγράμματος απαιτεί τις εξής διαδικασίες:

- i. Καθορισμό στόχων του προγράμματος
- ii. Επιλογή κοινού

- iii. Επιλογή μέσων
- iv. Επιλογή μεθόδων
- v. Επιλογή χρόνου ενέργειας
- vi. Κατάρτιση προϋπολογισμού δαπανών.

Θέμα #32149

ΘΕΜΑ 4^ο(5.2.2.2. Επιλογή του κοινού, 5.2.2.3. Επιλογή των μέσων, 5.2.2.6. Κατάθεση προϋπολογισμού δαπανών)

α) Υποθέστε ότι είστε επαγγελματίας των δημοσίων σχέσεων και υλοποιείτε ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων το οποίο βρίσκεται στο στάδιο της επιλογής κοινού και μέσων. Με ποιο τρόπο θα προσδιορίσετε το είδος του κοινού και των μέσων επικοινωνίας; **(Μονάδες 15)**

β) Κατά τη διαδικασία του προϋπολογισμού δαπανών ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων ποια στοιχεία λαμβάνονται υπόψη; **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Ο προσδιορισμός του είδους του κοινού θα πρέπει να γίνει σύμφωνα με τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα της οικονομικής μονάδας και το αντικείμενο της δραστηριότητάς της. Θα πρέπει να λαμβάνουμε πάντα υπόψη το είδος και την κατάσταση του κοινού στο οποίο θα απευθύνουμε το πρόγραμμα, διότι κάθε ομάδα αντιλαμβάνεται ή αφομοιώνει διαφορετικά τα διάφορα γεγονότα και τις όποιες ιδέες.

Για την επιλογή των μέσων θα πρέπει αρχικά να έχουμε υπόψη μας τα διαθέσιμα μέσα επικοινωνίας για το δεδομένο γεωγραφικό χώρο και χρόνο. Στη συνέχεια, θα προσδιορίσουμε τα μέσα επικοινωνίας που θα χρησιμοποιήσουμε για να πετύχουμε τους στόχους μας. Τα μέσα αυτά θα επιλεγούν, αφού μελετήσουμε τις συνθήκες με τις οποίες θα μεταφερθεί το μήνυμα προς τους ενδιαφερομένους και τους όρους με τους οποίους θα ληφθεί αυτό.

β) Κατά τη διαδικασία του προϋπολογισμού δαπανών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα εξής:

i. Το ύψος του προϋπολογισμού, που είναι συνάρτηση του μεγέθους του οργανισμού.

ii. Το ύψος της συνολικής δαπάνης.

iii. Ο προϋπολογισμός πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πλήρης και ακριβής.

iv. Ο προϋπολογισμός πρέπει να θεωρείται δυναμικά ανάλογος με τις παρουσιαζόμενες αλλαγές, συνθήκες και καταστάσεις.

Θέμα #31429

ΘΕΜΑ 4^ο(5.3 Εφαρμογή προγράμματος, 5.5.3. Μέτοχοι)

α) Γιατί θεωρείται απαραίτητη η πληροφόρηση των μετόχων των ανώνυμων εταιρειών για μια επιχείρηση και ποιες είναι αυτές οι πληροφορίες; **(Μονάδες 15)**

β) Αναφέρετε τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες που θα πρέπει να έχουν τα άτομα που ασχολούνται με τις δημόσιες σχέσεις. **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Οι μέτοχοι, κυρίως των μη οικογενειακών ανώνυμων εταιρειών, ενδιαφέρονται να γνωρίζουν, εκτός από την οικονομική κατάσταση της ανώνυμης εταιρείας, και άλλα γεγονότα ή ενέργειές της που θα έχουν θετική ή αρνητική επίδραση στην οικονομική θέση της μακροχρονίως. Έτσι, μερικές ανώνυμες εταιρείες τα τελευταία χρόνια άρχισαν να πληροφορούν τους μετόχους μέσω του τμήματος ή του γραφείου των δημοσίων σχέσεων:

i. Για τα προγράμματα ερευνών μεταξύ των καταναλωτών, με σκοπό τη δημιουργία νέων, βελτιωμένων προϊόντων.

ii. Για τα νέα προϊόντα της εταιρείας.

iii. Για τη βελτίωση των παλαιών προϊόντων, για τις ενέργειες σχετικά με τη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων, για τις μεταβολές στο προσωπικό κ.ο.κ

β) Τα άτομα που ασχολούνται με τις δημόσιες σχέσεις θα πρέπει να έχουν εξειδίκευση, σωστή κρίση, αντικειμενικότητα, καλή εμφάνιση. Πρέπει να έχουν την κατάλληλη προετοιμασία για την εφαρμογή του προγράμματος, να είναι σε θέση να επιλύουν διάφορα τεχνικά, οικονομικά, διοικητικά και άλλα θέματα.

Η καλή προετοιμασία απαιτεί και τον προσδιορισμό των «εφεδρικών» δυνάμεων, ώστε να μην υπάρξουν εμπόδια ή αναβολές.

Θέμα #30976

ΘΕΜΑ 2^ο(5.4.1. Βασικές αρχές της αξιολόγησης, 5.4.2. Μέθοδοι αξιολόγησης)

α) Ποιες είναι αυτές οι βασικές αρχές προγραμματισμού;

(Μονάδες 13)

β) Ποιες είναι οι βασικές αρχές αξιολόγησης;

(Μονάδες 12)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Όσοι εφαρμόζουν ένα πρόγραμμα θα πρέπει να κινούνται στο πλαίσιο των εξής βασικών αρχών:

i. Της αρχής της ενέργειας. Η αρχή αυτή σημαίνει ότι από τη στιγμή που επιχειρείται η εφαρμογή ενός προγράμματος πρέπει να γίνονται μεθοδικά όλες οι προβλεπόμενες ενέργειες.

ii. Της αρχής της συνεργασίας. Η αρχή αυτή σημαίνει ότι για την εφαρμογή του προγράμματος απαιτείται μια στενή συνεργασία με τη διοίκηση της οικονομικής μονάδας.

iii. Της αρχής της επιμονής. Έστω και αν γίνονται σωστά όλες οι ενέργειες, θα υπάρξουν σφάλματα υπολογισμού, απρόβλεπτα εμπόδια, τυχαίες δυσκολίες. Σε αυτές τις περιπτώσεις απαιτείται αποφασιστικότητα και εμμονή στην προσπάθεια, ώστε να περιοριστούν οι συνέπειες.

β) Οι βασικές αρχές αξιολόγησης είναι:

i. Η αξιολόγηση είναι μια συνεχής διαδικασία που πρέπει να γίνεται σε όλα τα επίπεδα.

ii. Η καλύτερη αξιολόγηση είναι η συλλογική, η οποία πρέπει να καλύπτει όλες τις πλευρές της δράσης.

iii. Η αξιολόγηση πρέπει να είναι αντικειμενική και εύκολη στην εφαρμογή της.

Θέμα #30977

ΘΕΜΑ 2^ο(5.4.2. Μέθοδοι αξιολόγησης , 5.4.3. Σημασία της αξιολόγησης)

α) Η αξιολόγηση είναι ένα σημαντικό στάδιο της διαδικασίας του προγραμματισμού. Αυτό όμως για να γίνει πρέπει να ακολουθηθούν οι αρχές και μέθοδοι αξιολόγησης. Ποιοι είναι οι μέθοδοι αξιολόγησης;

(Μονάδες 13)

β) Να συμπληρώσετε τα κενά στις παρακάτω προτάσεις με τις λέξεις που δίνονται. (Σημειώνεται ότι 2 από τις λέξεις θα περισσέψουν).

Λέξεις που δίνονται: μέθοδος, έλεγχος, μέτρο, στάδιο, απολογισμός, διαδικασία, τελικός

Η αξιολόγηση είναι ένα σημαντικό _____ της διαδικασίας του προγραμματισμού. Αξιολόγηση σημαίνει _____ της πορείας και _____ με βάση ένα κριτήριο που λαμβάνεται ως _____ και ως _____ σκοπός.

(Μονάδες 12)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Οι μέθοδοι αξιολόγησης είναι:

i. Η ποσοτική μέθοδος, η οποία χρησιμοποιείται όταν μας ενδιαφέρει το μέγεθος ενός αποτελέσματος. Ο οικονομικός απολογισμός, λ.χ., είναι μια μορφή ποσοτικής αξιολόγησης.

ii. Η ποιοτική μέθοδος, η οποία χρησιμοποιείται για να δείξει το είδος του αποτελέσματος. Οι αντιδράσεις ευμενείς ή δυσμενείς του κοινού προς το έργο που επιτελείται από μια οικονομική μονάδα είναι μια μορφή ποιοτικής αξιολόγησης. Η ποσοτική και η ποιοτική αξιολόγηση θα πρέπει να συνδυάζονται, διότι συμπληρώνουν η μία την άλλη.

β) Η αξιολόγηση είναι ένα σημαντικό στάδιο της διαδικασίας του προγραμματισμού. Αξιολόγηση σημαίνει έλεγχος της πορείας και απολογισμός με βάση ένα κριτήριο που λαμβάνεται ως μέτρο και ως τελικός σκοπός.

Θέμα #30978

ΘΕΜΑ 4^ο(5.4.3. Σημασία της αξιολόγησης, 5.5 Κατηγορίες κοινού των δημοσίων σχέσεων)

α) Σε μια ιδιωτική επιχείρηση από τη σκοπιά δημοσίων σχέσεων, διακρίνονται οι κατηγορίες κοινού, ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Ποιες είναι αυτές οι κατηγορίες;

(Μονάδες 12)

β) Ποια η σημασία της αξιολόγησης των προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων;

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Σε μια ιδιωτική επιχείρηση από τη σκοπιά δημοσίων σχέσεων, διακρίνονται οι εξής κατηγορίες κοινού, ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

- i. Πελάτες
- ii. Προμηθευτές
- iii. Μέτοχοι
- iv. Εργαζόμενοι
- v. Ανταγωνιστές
- vi. Γενικό κοινό
- vii. Πιστωτές - Χρηματοδότες - Τράπεζες
- viii. Κοινότητες - σωματεία
- ix. Κυβέρνηση - Αρχές
- x. Τύπος - μέσα ενημέρωσης – Γενικά

β) Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων δημοσίων σχέσεων είναι βασική και θεμελιώδης στην όλη διαδικασία αυτής της επικοινωνίας. Ένα από τα πρώτα μελήματα κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης είναι η μέτρηση της αντίδρασης του κοινού (δηλαδή κατά πόσο αποδέχτηκε ή όχι το πρόγραμμα), ο βαθμός της μάθησής του (αν άλλαξε ή βελτίωσε εικόνα), καθώς και η ανάλυση της συμπεριφοράς του απέναντι στο υποκείμενο δημοσίων σχέσεων (διαμόρφωση ευνοϊκής ή δυσμενούς εικόνας).

Θέμα #30988

ΘΕΜΑ 4^ο (5.5.1. Πελάτες)

Γιατί σε μια επιχείρηση δεν πρέπει να θεωρούν τους πελάτες τους «φίλους τους»; **(Μονάδες 25)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

Όταν λέμε «πελάτες», εννοούμε εκείνους που αγοράζουν τα προϊόντα της επιχείρησης, για να τα εμπορευτούν, για να τα επεξεργαστούν περαιτέρω ή για να τα καταναλώσουν ως τελικοί καταναλωτές.

Το γεγονός ότι κάποιος αγοράζει από μια επιχείρηση τα προϊόντα της δε σημαίνει ότι είναι «φίλος» της επιχείρησης. Μπορεί κάποιος ανταγωνιστής με περισσότερο ελκυστική πολιτική να «κερδίσει» τους πελάτες της. Πάρα πολλά επιχειρηματικά συγκροτήματα απέτυχαν διεθνώς, επειδή πίστευαν, λανθασμένα, ότι πωλήσεις σημαίνουν φίλους. Μια σωστή και οργανωμένη επιχείρηση καλό είναι να διερευνά τις επιθυμίες και τις αντιπάθειες του καταναλωτικού κοινού, ώστε, σε συνδυασμό με την τιμή και τα άλλα πλεονεκτήματα των προϊόντων της, να έρχεται πιο κοντά στον καταναλωτή. Οι έρευνες διάφορων εταιρειών είναι κλασικές στον τομέα αυτό. Οι εταιρείες πραγματοποιούν συνεχείς έρευνες μεταξύ του καταναλωτικού κοινού, για να διαπιστώσουν τι θέλουν και τι δε θέλουν οι υποψήφιοι αγοραστές σχετικά με τα διάφορα προϊόντα.

Μία από τις πιο σπουδαίες υπηρεσίες των επιχειρήσεων προς τους πελάτες τους είναι η παροχή σαφών και συγκεκριμένων πληροφοριών σχετικά με το προϊόν ή η παροχή οποιασδήποτε άλλης πληροφορίας την οποία θέλει ο πελάτης, προκειμένου να προβεί σε αγορά, ύστερα από ώριμη σκέψη και να ικανοποιηθεί πλήρως από την αγορά του. Σε ορισμένες επίσης περιπτώσεις, όπου είναι δυνατόν, βοηθάει στην ανάπτυξη κλίματος εμπιστοσύνης προς την επιχείρηση η οργάνωση επισκέψεων του καταναλωτικού κοινού στις εγκαταστάσεις των βιομηχανικών επιχειρήσεων όπου αναπτύσσονται ιστορικά τα δεδομένα της εξέλιξής τους και προβάλλονται οι επιτυχίες και τα προϊόντα τους.

Θέμα #30981

ΘΕΜΑ 2^ο (5.5.2. Προμηθευτές, 5.5.4. Εργαζόμενοι)

Σε μια ιδιωτική επιχείρηση από τη σκοπιά δημοσίων σχέσεων, διακρίνονται διάφορες κατηγορίες κοινού, ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Περιγράψτε την κατηγορία κοινού:

- α)** Προμηθευτές **(Μονάδες 12)**
β) Εργαζόμενοι **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Μια κατηγορία κοινού, με το οποίο πρέπει να έχουν οι επιχειρήσεις καλές σχέσεις, και μάλιστα καλές δημόσιες σχέσεις, είναι οι προμηθευτές τους. Τέτοιες καλές σχέσεις είναι δυνατόν να ωφελήσουν τόσο

την επιχείρηση (που αγοράζει) όσο και τους ίδιους τους προμηθευτές. Οι προμηθευτές μπορεί να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στην εκπλήρωση των υποχρεώσεων τους και των υποσχέσεων που δίνουν, με τη σειρά τους, στο ευρύ καταναλωτικό κοινό και να στηρίξουν την καλή φήμη που έχουν ανάμεσα στους πελάτες τους.

β) Ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί το βασικότερο συντελεστή της παραγωγικής διαδικασίας των επιχειρήσεων και πρέπει να τυγχάνει ιδιαίτερης προσοχής και μεταχείρισης.

Οι επιχειρήσεις, στο πλαίσιο αυτό, άρχισαν να εφαρμόζουν μεθόδους που αφορούν τις ανθρώπινες σχέσεις, δηλαδή, ειδικές γνώσεις και ενέργειες που αναφέρονται στο χειρισμό ειδικών ψυχολογικών θεμάτων των εργαζομένων μέσα σε μια επιχείρηση, όπως είναι τα θέματα πρωτοβουλίας, ευθύνης, φιλοδοξίας και κυρίως τα θέματα που αφορούν την ανάπτυξη του πνεύματος συνεργασίας. Οι ανθρώπινες και οι δημόσιες σχέσεις αφορούν τα γενικά ενδιαφέροντα του ανθρώπινου παράγοντα, και ειδικά οι δημόσιες σχέσεις επιδιώκουν τη δημιουργία και τη διατήρηση κλίματος κατανόησης και εμπιστοσύνης μεταξύ των εργαζομένων και της επιχείρησης.

Θέμα #30982

ΘΕΜΑ 2^ο(5.5.5. Ανταγωνιστές, 5.5.8. Κοινότητες – σωματεία)

Σε μια ιδιωτική επιχείρηση από τη σκοπιά δημοσίων σχέσεων, διακρίνονται διάφορες κατηγορίες κοινού, ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Περιγράψτε την κατηγορία κοινού:

α) Ανταγωνιστές

(Μονάδες 12)

β) Κυβέρνηση και Αρχές

(Μονάδες 13)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν καλές δημόσιες και φιλικές σχέσεις και με τους ανταγωνιστές τους. Οι σημερινές επιχειρήσεις επικοινωνούν περισσότερο και καλύτερα μεταξύ τους, συγκροτούν κλαδικές οργανώσεις (συλλόγους, συνδέσμους) για την αντιμετώπιση από κοινού διάφορων θεμάτων, δυσκολιών και προβλημάτων που αφορούν τον κλάδο ολόκληρο.

β) Η επικοινωνία και η εφαρμογή των αρχών των δημοσίων σχέσεων στις επιχειρήσεις, στις δημόσιες υπηρεσίες και στις λοιπές κρατικές αρχές δεν είναι κάτι πολύ συνηθισμένο. Από την άλλη πλευρά υπάρχουν επιχειρήσεις για τις οποίες η εφαρμογή των αρχών των δημοσίων σχέσεων έχει αποφασιστική σημασία για την ύπαρξή τους, όπως είναι, π.χ. οι επιχειρήσεις, οι οποίες περιμένουν από το κράτος τον καθορισμό «στάνταρς» για την τιμολογιακή τους πολιτική, τη φορολογική τους μεταχείριση. Από πλευράς τώρα των επιχειρήσεων τα στελέχη τους που έρχονται σε επικοινωνία με τις δημόσιες αρχές και εφαρμόζουν τις αρχές των δημοσίων σχέσεων πρέπει να έχουν αυξημένα προσόντα, ώστε να μπορούν να διαπραγματευτούν κατάλληλα και με υπευθυνότητα τα διάφορα θέματα που απασχολούν την επιχείρηση.

Θέμα #30984

ΘΕΜΑ 2^ο(5.5.7. Πιστωτές – χρηματιστές – Τράπεζες, 5.5.8. Κοινότητες – σωματεία)

Σε μια ιδιωτική επιχείρηση από τη σκοπιά δημοσίων σχέσεων, διακρίνονται διάφορες κατηγορίες κοινού, ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Περιγράψτε την κατηγορία κοινού:

α) Πιστωτές- Χρηματοδότες- Τράπεζες

(Μονάδες 15)

β) Κοινότητες- Σωματεία

(Μονάδες 10)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Οι επιχειρήσεις, πολλές φορές, δε στηρίζονται μόνο στα δικά τους κεφάλαια, αλλά απευθύνονται στις τράπεζες και στους προμηθευτές τους για την εύρεση κεφαλαίων, με ενυπόθηκα ή προσωπικά δάνεια ή με πιστώσεις ή άλλες διευκολύνσεις. Το καλύτερο που μπορεί να κάνει η υπηρεσία δημοσίων σχέσεων είναι να βεβαιωθεί ότι οι πιστωτές, μικροί και μεγάλοι, γνωρίζουν πραγματικά την επιχείρηση με την οποία έχουν συναλλαγές. Οι σχέσεις μεταξύ χρεωστών και πιστωτών πρέπει να οικοδομηθούν επάνω στην αμοιβαία εκτίμηση και εμπιστοσύνη. Οι πιστωτές προτιμούν να πληροφορούνται τα προβλήματα, αλλά και τα καλά στοιχεία της επιχείρησης, από υπεύθυνα όργανα της εταιρείας, παρά από έναν

ανταγωνιστή της ή από άλλο πρόσωπο έξω από αυτήν. Οι τράπεζες στις ξένες χώρες είναι οι καλύτεροι φίλοι, οι σύμβουλοι, αλλά και οι υποστηρικτές των επιχειρήσεων και βλέπουν με ικανοποίηση την επιτυχία εκείνων τους οποίους έχουν δανειοδοτήσει. Στην πραγματοποίηση αυτού του κλίματος βοηθούν πολύ και τα όργανα των δημοσίων σχέσεων των τραπεζών.

β) Είναι απαραίτητο να υπάρχουν καλές σχέσεις της επιχείρησης με την κοινότητα, διότι αυτό βοηθάει σε διάφορους τομείς. Εννοείται ότι η πραγματοποίηση αυτού του στόχου είναι πολύ δύσκολη. Απαιτεί να υπάρχουν από πλευράς επιχείρησης εφευρετικότητα, διπλωματία, υπομονή, διορατικότητα. Αλλά αν η επιχείρηση επιτύχει αυτό το στόχο, τότε έχει βάλει ένα γερό θεμέλιο στο οικοδόμημα της οικονομικής ζωής που αποβλέπει, αισιόδοξα, στην επιτυχία, με προσφορά και στο κοινωνικό σύνολο.

Θέμα #30979

ΘΕΜΑ 2^ο (5.5.7. Πιστωτές – χρηματιστές – Τράπεζες, 5.6 Λοιπές κατηγορίες κοινού)

α) Εκτός από τις δέκα κατηγορίες κοινού μπορούμε να διακρίνουμε και άλλες κατηγορίες μικρότερης σημασίας. Ποιες είναι αυτές; **(Μονάδες 8)**

β) Περιγράψτε την κατηγορία κοινού «ΠΙΣΤΩΤΕΣ- ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΣ- ΤΡΑΠΕΖΕΣ». **(Μονάδες 17)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Εκτός από τις δέκα κατηγορίες κοινού μπορούμε να διακρίνουμε και άλλες κατηγορίες κοινού, μικρότερης οπωσδήποτε σημασίας, όπως π.χ. ο κλήρος, οι εκπαιδευτικοί, οι οικογένειες των εργαζομένων κτλ. στο ευρύτερο κοινό των καταναλωτών - πελατών που να αποτελούν αντικείμενο των δημοσίων σχέσεων.

β) Στις περισσότερες περιπτώσεις οι επιχειρήσεις δε στηρίζονται μόνο στα δικά τους κεφάλαια, αλλά απευθύνονται στις τράπεζες και στους προμηθευτές τους για την εύρεση κεφαλαίων, με ενυπόθηκα ή προσωπικά δάνεια ή με πιστώσεις ή άλλες διευκολύνσεις. Το καλύτερο που μπορεί να κάνει η υπηρεσία δημοσίων σχέσεων είναι να βεβαιωθεί ότι οι πιστωτές, μικροί και μεγάλοι, γνωρίζουν πραγματικά την επιχείρηση με την οποία έχουν συναλλαγές. Οι σχέσεις μεταξύ χρεωστών και πιστωτών πρέπει να οικοδομηθούν επάνω στην αμοιβαία εκτίμηση και εμπιστοσύνη.

Οι πιστωτές προτιμούν να πληροφορούνται τα προβλήματα, αλλά και τα καλά στοιχεία της επιχείρησης, από υπεύθυνα όργανα της εταιρείας, παρά από έναν ανταγωνιστή της ή από άλλο πρόσωπο έξω από αυτήν.

Οι τράπεζες στις ξένες χώρες είναι οι καλύτεροι φίλοι, οι σύμβουλοι, αλλά και οι υποστηρικτές των επιχειρήσεων και βλέπουν με ικανοποίηση την επιτυχία εκείνων τους οποίους έχουν δανειοδοτήσει. Στην πραγματοποίηση αυτού του κλίματος βοηθούν πολύ και τα όργανα των δημοσίων σχέσεων των τραπεζών.

6ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Θέμα #26335

ΘΕΜΑ 2^ο (6.1 Έρευνα δημοσίων σχέσεων, 6.2 Είδη μεθόδων έρευνας)

α) Από τα είδη μεθόδων της έρευνας των Δημοσίων Σχέσεων να περιγράψετε την μέθοδο της χρησιμοποίησης των υπαρχόντων στοιχείων και την μέθοδο της παρατήρησης. **(Μονάδες 12)**

β) Η αναγκαιότητα της γνώσης του κοινού, που αποτελεί βασικό και απαραίτητο στοιχείο στον προγραμματισμό των δημοσίων σχέσεων, αποτελεί αντικείμενο έρευνας των ειδικών επί των δημοσίων σχέσεων. Να περιγράψετε τι είδους έρευνα είναι και που αποβλέπει. **(Μονάδες 13)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Η μέθοδος της χρησιμοποίησης των υπαρχόντων στοιχείων αναζητεί αυτά στις επίσημες στατιστικές, στα διάφορα επιστημονικά συγγράμματα και σε άλλα έντυπα πληροφοριακού ή επιστημονικού περιεχομένου. Η χρησιμοποίηση των στοιχείων αυτών αποτελεί βάση ξεκινήματος για τον ερευνητή.

Η μέθοδος της παρατήρησης επιδιώκει την άμεση ή έμμεση εξέταση της συμπεριφοράς μιας ομάδας και την εξέτασή της με την ενεργό συμμετοχή του ερευνητή και με συστηματικό και καθορισμένο τρόπο.

β) Η έρευνα δημοσίων σχέσεων είναι μια κοινωνική έρευνα που αποβλέπει στη συστηματική συγκέντρωση πληροφοριών για τα χαρακτηριστικά μιας ομάδας κοινού, το κοινωνικό περιβάλλον της ομάδας, της δραστηριότητάς της, τη στάση της και όλα τα άλλα στοιχεία που διαμορφώνουν τη συμπεριφορά της για κάποιο αντικείμενο δημοσίων σχέσεων ή για κάποια ενέργειά του.

Θέμα #36867

ΘΕΜΑ 2^ο (6.1 Έρευνα δημοσίων σχέσεων, 6.5.1. Γενικά)

α) Να αναφέρετε που αποβλέπει η έρευνα Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 15)**

β) Να αναφέρετε γιατί τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων οφείλουν να έχουν γνώση των νόμων, είτε γενικών είτε ειδικών. **(Μονάδες 10)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Υπάρχουν διάφοροι τύποι έρευνας δημοσίων σχέσεων που αποβλέπουν:

- στη μελέτη του κοινού,
- στη γνώση της γνώμης και της στάσης του,
- στην παρώθησή του,
- στην εξακρίβωση της ανταπόκρισης και της επέκτασης της ενημέρωσης, της αναγνωσιμότητας και
- στη μέτρηση των αποτελεσμάτων.

β) Οι ενέργειες των Δημοσίων Σχέσεων για επαγγελματικούς σκοπούς πρέπει να στηρίζονται στην ηθική, στη λογική και στους νόμους της χώρας μας ή και της ευρύτερης κοινωνίας.

Αυτά συνεπάγονται αλλά και προϋποθέτουν για τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων τη γνώση των νόμων, είτε γενικών είτε ειδικών, με σκοπό:

- να προσέχουν να μην παραβούν καμιά διάταξη, αλλά και
- να διαφυλάσσουν και να εξασφαλίζουν τα δικαιώματά τους.

Θέμα #36868

ΘΕΜΑ 2^ο (6.2 Είδη μεθόδων έρευνας, 6.3 Πηγές συγκέντρωσης στοιχείων)

α) Να αναφέρετε τις τέσσερις (4) μεθόδους έρευνας των Δημοσίων Σχέσεων για τη συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων, πληροφοριών και απόψεων. **(Μονάδες 20)**

β) Να αναφέρετε περιληπτικά ποιες είναι οι δύο (2) κύριες πηγές συγκέντρωσης στοιχείων κατά την έρευνα των Δημοσίων Σχέσεων. **(Μονάδες 5)**

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α) Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι έρευνας για τη συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων, πληροφοριών και απόψεων. Οι κυριότερες από αυτές είναι:

- Η μέθοδος χρησιμοποίησης των υπαρχόντων στοιχείων.
- Η μέθοδος της παρατήρησης.
- Η μέθοδος των ερωτήσεων μέσω ταχυδρομείου.
- Η μέθοδος της συνέντευξης.

β) Οι δύο (2) κύριες πηγές συγκέντρωσης στοιχείων κατά την έρευνα των Δημοσίων Σχέσεων:

- Οι εσωτερικές πηγές που βρίσκονται μέσα στο οργανωτικό πλαίσιο του αντικειμένου των δημοσίων σχέσεων, όπως τα οργανογράμματα, οι στατιστικές, οι δείκτες, η λογιστική, τα στελέχη.
- Οι εξωτερικές πηγές που βρίσκονται έξω από το οργανωτικό πλαίσιο του αντικειμένου των δημοσίων σχέσεων, όπως οι στατιστικές, οι δειγματοληψίες, οι διαρκείς έρευνες κ.ά.

Θέμα #26303

ΘΕΜΑ 2^ο (6.2 Είδη μεθόδων έρευνας, 6.3 Πηγές συγκέντρωσης στοιχείων, 6.4.1. Δήμοι – κοινότητες, 6.4.2. Περιοδικά – εφημερίδες – αποκόμματα τύπου)

α) Να χαρακτηρίσετε ως σωστές (Σ) ή λάθος (Λ) τις παρακάτω προτάσεις:

- Οι εφημερίδες και τα περιοδικά ενημερώνουν το κοινό και τις αρχές για τις διάφορες ενέργειες των οικονομικών μονάδων και προβάλλουν έτσι τις δραστηριότητές τους.
- Εξωτερικές πηγές είναι αυτές που βρίσκονται μέσα στο οργανωτικό πλαίσιο του αντικειμένου των δημοσίων σχέσεων.
- Από τα αποκόμματα των δημοσιευμάτων μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να πληροφορηθούν για παράπονα ή για επαίνους που αφορούν την οικονομική μονάδα τους.
- Οι οικονομικές μονάδες που είναι εγκατεστημένες σε μια περιοχή είναι απαραίτητο να έχουν συμμετοχή στη ζωή της και επαφή με εκπροσώπους των αρχών και των διάφορων φορέων.
- Η μέθοδος της παρατήρησης επιδιώκει τη διεξαγωγή έρευνας από απόσταση. **(Μονάδες 10)**

β) Σε κάθε μία από τις παρακάτω ερωτήσεις να επιλέξετε την σωστή απάντηση.

1. Εξωτερικές πηγές είναι:

- Τα οργανογράμματα.
- Τα στελέχη.
- Η λογιστική.
- Οι στατιστικές.

2. Η μέθοδος της παρατήρησης επιδιώκει:

- Τη διεξαγωγή έρευνας από απόσταση.
- Την άμεση ή έμμεση εξέταση της συμπεριφοράς μιας ομάδας και την εξέτασή της με ενεργό συμμετοχή του ερευνητή και με συστηματικό και καθορισμένο τρόπο.
- Την απευθείας επαφή με τον εξεταζόμενο, μέσω του ερευνητή, στον οποίο υποβάλλονται ερωτήσεις, και οι απαντήσεις στη συνέχεια καταγράφονται.
- Όλα τα παραπάνω.

3. Εσωτερικές πηγές είναι:

- Οι διαρκείς έρευνες.
- Τα στελέχη.
- Οι δειγματοληψίες.
- Το α και το γ.

(Μονάδες 15)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

α)

- Σ
- Λ
- Σ
- Σ
- Λ

β)

1. IV

2. II

3. III

Θέμα #26314

ΘΕΜΑ 4^ο (6.2 Είδη μεθόδων έρευνας, 6.4.2. Περιοδικά – εφημερίδες – αποκόμματα τύπου)

α) Οι αρμόδιοι των δημοσίων σχέσεων των οικονομικών μονάδων ασχολούνται σε περιορισμένη κλίμακα με τα δημοσιεύματα των εντύπων στα οποία είναι συνδρομητές.

Να περιγράψετε από τα αποκόμματα των δημοσιευμάτων των εντύπων τι μπορούν να πληροφορηθούν οι ενδιαφερόμενοι.

(Μονάδες 20)

β) Από τα είδη μεθόδων έρευνας για τη συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων, πληροφοριών και απόψεων να περιγράψετε την μέθοδο της συνέντευξης.

(Μονάδες 5)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4ο

α) Από τα αποκόμματα των δημοσιευμάτων μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να πληροφορηθούν:

1. Για παράπονα ή για επαίνους που αφορούν την οικονομική μονάδα τους. Στην πρώτη περίπτωση δίνουν συνήθως απάντηση, ώστε το Κοινό να διαμορφώσει γνώμη καλύτερα και σαφέστερα με βάση τις αρχές των δημοσίων σχέσεων. Στη δεύτερη περίπτωση ευχαριστούν εκείνους που, με πρωτοβουλία τους, εκφράζονται θετικά και επαινετικά για την οικονομική μονάδα τους. Τόσο οι έπαινοι όσο και τα παράπονα μπορούν να αποτελέσουν σημαντικά στοιχεία για περαιτέρω έρευνες της υπηρεσίας με σκοπό τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

2. Για κάποια ενέργεια άλλης μονάδας σχετικά με θέμα που ενδιαφέρει και τη δική τους. Τότε είναι πιθανό να προβούν σε παράλληλες ενέργειες, δείχνοντας τη συμπαράστασή τους προς την άλλη οικονομική μονάδα.

3. Για κάποιες δικές της ενέργειες, οπότε κρατούν σημείωση σχετικά με την παρουσίαση της δραστηριότητάς τους από τον τύπο.

4. Για την αλλαγή κάποιων διατάξεων που αναφέρονται και στη μονάδα τους, ώστε να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα οι αρμόδιοι, που δεν ασχολούνται συστηματικά με τα δημοσιεύματα του τύπου.

5. Για την ειδησεογραφία και τις απόψεις του τύπου σχετικά με κάποιο επίκαιρο θέμα, ώστε να ενημερώσουν τους αρμόδιους.

β) Η μέθοδος της συνέντευξης επιδιώκει την απευθείας επαφή με τον εξεταζόμενο, μέσω του ερευνητή, στον οποίο υποβάλλονται ερωτήσεις, και οι απαντήσεις στη συνέχεια καταγράφονται.

Θέμα #36910

ΘΕΜΑ 2^ο (6.4.2. Περιοδικά – εφημερίδες – αποκόμματα τύπου)

Να αναφέρετε πέντε (5) κατηγορίες πληροφόρησης που μπορούμε να λάβουμε από τα αποκόμματα των δημοσιευμάτων στον τύπο.

(Μονάδες 25)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΘΕΜΑ 2ο

Από τα αποκόμματα των δημοσιευμάτων μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να πληροφορηθούν:

- Για παράπονα ή για επαίνους που αφορούν την οικονομική μονάδα τους. Στην πρώτη περίπτωση δίνουν συνήθως απάντηση, ώστε το Κοινό να διαμορφώσει γνώμη καλύτερα και σαφέστερα με βάση τις αρχές των δημοσίων σχέσεων. Στη δεύτερη περίπτωση ευχαριστούν εκείνους που, με πρωτοβουλία τους, εκφράζονται θετικά και επαινετικά για την οικονομική μονάδα τους. Τόσο οι έπαινοι όσο και τα παράπονα μπορούν να

αποτελέσουν σημαντικά στοιχεία για περαιτέρω έρευνες της υπηρεσίας με σκοπό τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

- Για κάποια ενέργεια άλλης μονάδας σχετικά με θέμα που ενδιαφέρει και τη δική τους. Τότε είναι πιθανό να προβούν σε παράλληλες ενέργειες, δείχνοντας τη συμπαράστασή τους προς την άλλη οικονομική μονάδα.

- Για κάποιες δικές τους ενέργειες, οπότε κρατούν σημείωση σχετικά με την παρουσίαση της δραστηριότητάς τους από τον τύπο.

- Για την αλλαγή κάποιων διατάξεων που αναφέρονται και στη μονάδα τους, ώστε να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα οι αρμόδιοι, που δεν ασχολούνται συστηματικά με τα δημοσιεύματα του τύπου.

- Για την ειδησεογραφία και τις απόψεις του τύπου σχετικά με κάποιο επίκαιρο θέμα, ώστε να ενημερώσουν τους αρμόδιους.

Θέμα #36909

ΘΕΜΑ 2^ο (6.4.2. Περιοδικά – εφημερίδες – αποκόμματα τύπου)

Να αναφέρετε γιατί ο τύπος (εφημερίδες και περιοδικά) ενδιαφέρει πολύ τις Δημόσιες Σχέσεις των οικονομικών μονάδων.
(Μονάδες 25)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΘΕΜΑ 2ο

Έχει ήδη διαπιστωθεί ότι ο τύπος ενδιαφέρει πολύ τις δημόσιες σχέσεις των οικονομικών μονάδων, διότι οι εφημερίδες και τα περιοδικά:

- Ενημερώνουν το κοινό και τις αρχές για τις διάφορες ενέργειες των οικονομικών μονάδων και προβάλλουν έτσι τις δραστηριότητές τους.
- Περιέχουν χρήσιμες πληροφορίες για την περαιτέρω δράση τους.
- Περιλαμβάνουν απόψεις άλλων για κάθε οικονομική μονάδα, γεγονός που μπορεί να συντελέσει σε περαιτέρω βελτιώσεις. Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε εύκολα ότι οι υπεύθυνοι των Δημοσίων Σχέσεων οφείλουν να παρακολουθούν τον Τύπο και να παίρνουν μέσω αυτού τα στοιχεία που τους ενδιαφέρουν. Επειδή όμως οι εφημερίδες και τα περιοδικά που κυκλοφορούν στην Ελλάδα είναι πολλά σε αριθμό και έχουν εκτεταμένη ύλη, είναι πολύ δύσκολο να παρακολουθείται το περιεχόμενό τους από στελέχη που έχουν και άλλα καθήκοντα. Οι δυσκολίες αυτές παρακάμπτονται από τα ειδικά γραφεία, τα οποία, με αμοιβή, ενημερώνουν όσες επιχειρήσεις επιθυμούν για τα δημοσιεύματα που τις ενδιαφέρουν.