



Jordan Youth Innovation Forum  
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي



# ERF:

## 4. Ψηφιακή Ικανότητα

Φόρουμ νεανικής καινοτομίας της Ιορδανίας

*Διάρκεια: 6,5 ώρες*



**Co-funded by  
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

# Κοινοπραξία έργου

**Συντονιστής:**



**Συνεργάτες:**



Jordan Youth Innovation Forum  
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي

## Λεπτομέρειες έργου

**Τίτλος:** "Κοινή ανάπτυξη, πιλοτική εφαρμογή και επικύρωση προγραμμάτων σπουδών και εκπαιδευτικού υλικού επιχειρηματικής νοοτροπίας και βασικών δεξιοτήτων για τρίτες χώρες"

**Ακρωνύμιο:** EMSA (Επιχειρηματική νοοτροπία και δεξιότητες για όλους)

**Αριθμός συμφωνίας:** 101092477 - EMSA - ERASMUS-EDU-2022-CB-VET

**Πρόγραμμα:** Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση (EEK)

**Πρόσκληση υποβολής προτάσεων:** ERASMUS-EDU-2022-CB-VET

**Ημερομηνία έναρξης:** 01.01.2023

**Ημερομηνία λήξης:** 31.12.2025

**Δεξιότητες και ικανότητες πρόσβασης, χρήσης, φιλτραρίσματος, αξιολόγησης και διαμοιρασμού ψηφιακού περιεχομένου**

## Στόχος κατάρτισης

Παροχή ολοκληρωμένης κατανόησης των βασικών μηχανισμών και της λογικής που διέπουν τις εξελισσόμενες ψηφιακές τεχνολογίες. Αυτή η συνεδρία θα εισαγάγει τους συμμετέχοντες στις βασικές αρχές της ψηφιοποίησης, της προστασίας των δεδομένων και του ΓΚΠΔ, παράλληλα με τις δεξιότητες διαχείρισης δεδομένων που είναι απαραίτητες τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο.



Δεξιότητες και ικανότητες πρόσβασης, χρήσης, φιλτραρίσματος, αξιολόγησης και διαμοιρασμού ψηφιακού περιεχομένου.

# Μάθηση Αποτελέσματα

Όλα τα LOs της Ικανότητας

Όσον αφορά τη γνώση.

- ✓ Ορισμός της ψηφιοποίησης και των βασικών αρχών της.
- ✓ Ανάλυση αξιόπιστων ψηφιακών πηγών και ανάκτηση σχετικών δεδομένων.
- ✓ Περιγράψτε τη συμμόρφωση με τον GDPR, την προστασία δεδομένων και θέματα ασφάλειας στο διαδίκτυο.

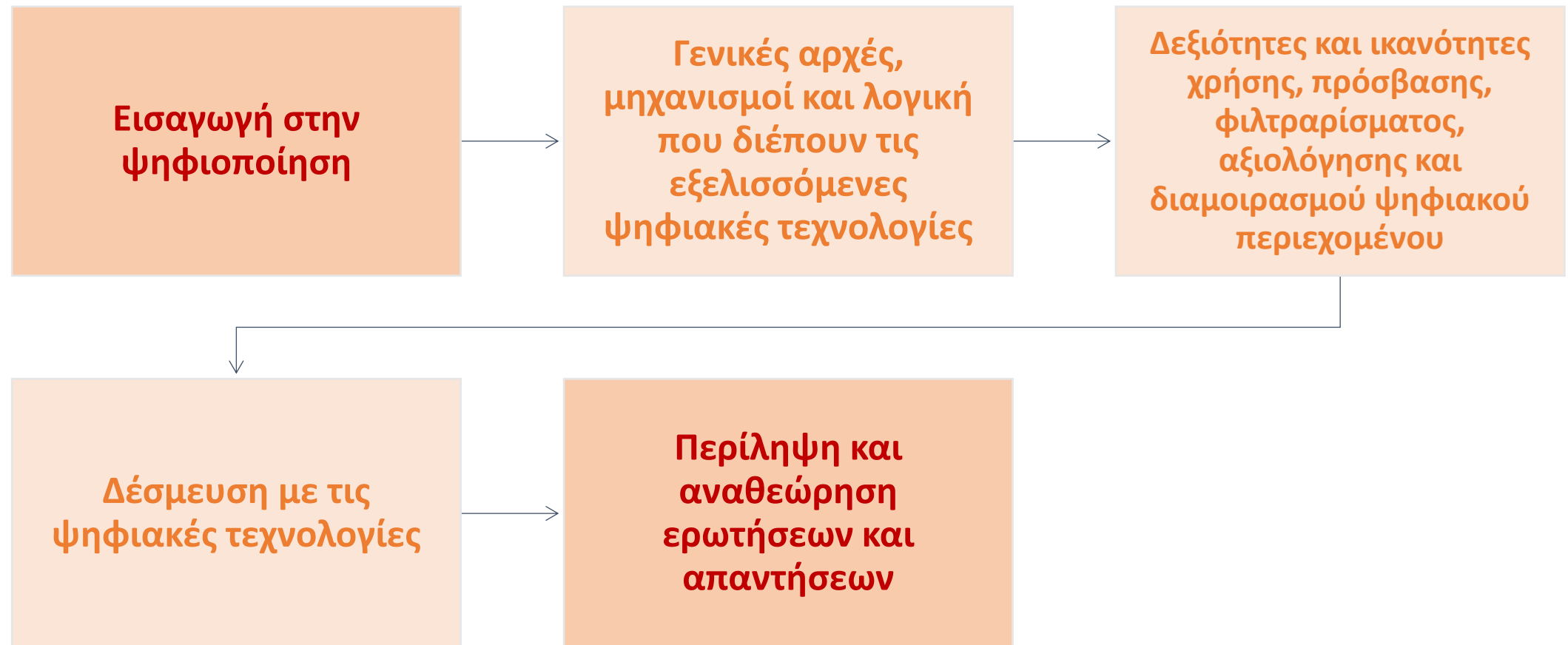
Όσον αφορά τις δεξιότητες.

- ✓ Επίδειξη της ικανότητας χρήσης πλατφορμών που βασίζονται στο υπολογιστικό νέφος για συνεργασία και δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου.
- ✓ Ανάπτυξη και διαμοιρασμός ψηφιακού περιεχομένου με τη χρήση κατάλληλων μέσων (κείμενο, εικόνες, ήχος, βίντεο).
- ✓ Εφαρμόστε εργαλεία όπως το Google Analytics για να αξιολογήσετε τον αντίκτυπο του ψηφιακού περιεχομένου.

Όσον αφορά τις στάσεις.

- ✓ Δείξτε σεβασμό στον ΓΚΠΔ, την προστασία των δεδομένων και τα ηθικά πρότυπα κατά τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών.
- ✓ Να επιδεικνύουν αυτοπεποίθηση στην εφαρμογή της διαδικτυακής εθιμοτυπίας και της διαδικτυακής συμπεριφοράς σε διάφορα ψηφιακά περιβάλλοντα.
- ✓ Εφαρμόστε στρατηγικές για την προστασία του εαυτού σας και των άλλων από διαδικτυακούς κινδύνους και κινδύνους.

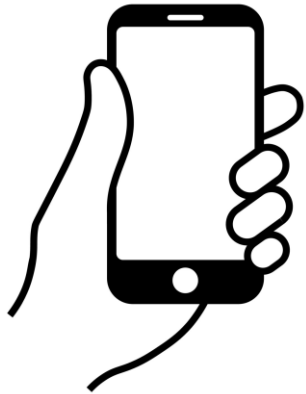
# Χάρτης διαδρομής κατάρτισης



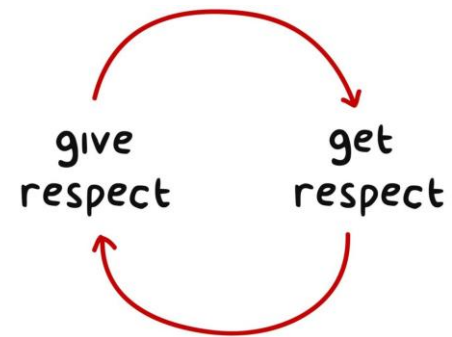
**Η ψηφιακή επάρκεια** αναφέρεται στην ικανότητα να χρησιμοποιεί κανείς με αυτοπεποίθηση και υπευθυνότητα τις ψηφιακές τεχνολογίες τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό πλαίσιο. Το μάθημα αυτό θα επικεντρωθεί στους μηχανισμούς και τις αρχές που διέπουν την ψηφιοποίηση, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας των δεδομένων και της συμμόρφωσης με τον ΓΚΠΔ. Οι συμμετέχοντες θα εξερευνήσουν το εξελισσόμενο τοπίο των ψηφιακών τεχνολογιών και θα μάθουν πώς να εφαρμόζουν δεξιότητες ψηφιακής διαχείρισης για να διασφαλίζουν την ασφάλεια, την ακρίβεια και την ηθική χρήση των δεδομένων στον σημερινό διασυνδεδεμένο κόσμο.

Ποια αρμοδιότητα  
του ERF αφορά η  
εκπαίδευσή μας;

## Κανόνες κατάρτισης



**Συμμετοχή**

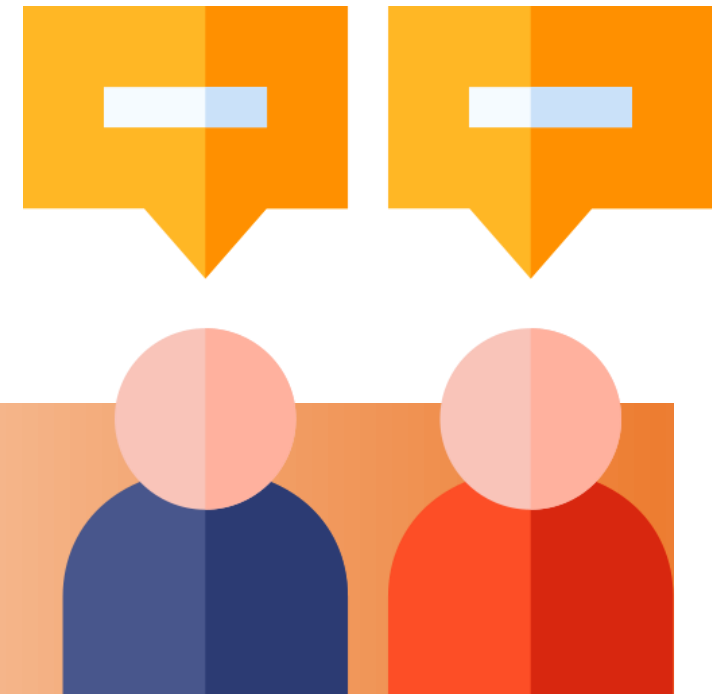


**YOUR  
OPINION  
MATTERS**





Το "Digital Footprint Bingo" είναι μια 15λεπτη δραστηριότητα όπου οι συμμετέχοντες ανακατεύονται για να βρουν άλλους με κοινές ψηφιακές εμπειρίες, σημειώνοντας κάρτες Bingo με εργασίες όπως η συμμετοχή σε μια εικονική συνάντηση ή η χρήση αποθηκευτικού χώρου στο σύννεφο. Ο πρώτος που θα συμπληρώσει μια σειρά ή στήλη κερδίζει, ενώ ακολουθεί συζήτηση σχετικά με τις μοναδικές ψηφιακές εμπειρίες των συμμετεχόντων.



# Εισαγωγές

*Ας γνωριστούμε μεταξύ μας!*

*Απόσπασμα σχετικά με την αρμοδιότητα  
"Η τεχνολογία είναι η καλύτερη όταν φέρνει τους  
ανθρώπους κοντά".  
Matt Mullenweg, ιδρυτής του WordPress*

# Εισαγωγή στην ψηφιοποίηση

## Εισαγωγή στην ψηφιοποίηση

- **Ορισμός της ψηφιοποίησης:**

Η ψηφιοποίηση αναφέρεται στην ενσωμάτωση των ψηφιακών τεχνολογιών στις καθημερινές διαδικασίες και δραστηριότητες, μετασχηματίζοντας τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων και των ατόμων. Περιλαμβάνει τη μετατροπή των πληροφοριών σε ψηφιακή μορφή, τη βελτιστοποίηση των ροών εργασίας και την ενεργοποίηση νέων τρόπων επικοινωνίας και παροχής υπηρεσιών. Η ψηφιοποίηση εκτείνεται πέρα από την απλή ψηφιοποίηση των υφιστάμενων δεδομένων - αναδιαμορφώνει ολόκληρα επιχειρηματικά μοντέλα, οικονομικούς τομείς και κοινωνικές λειτουργίες, αξιοποιώντας τη δύναμη των ψηφιακών τεχνολογιών για τη δημιουργία αξίας, τη βελτίωση της αποδοτικότητας και τη βελτίωση των εμπειριών.



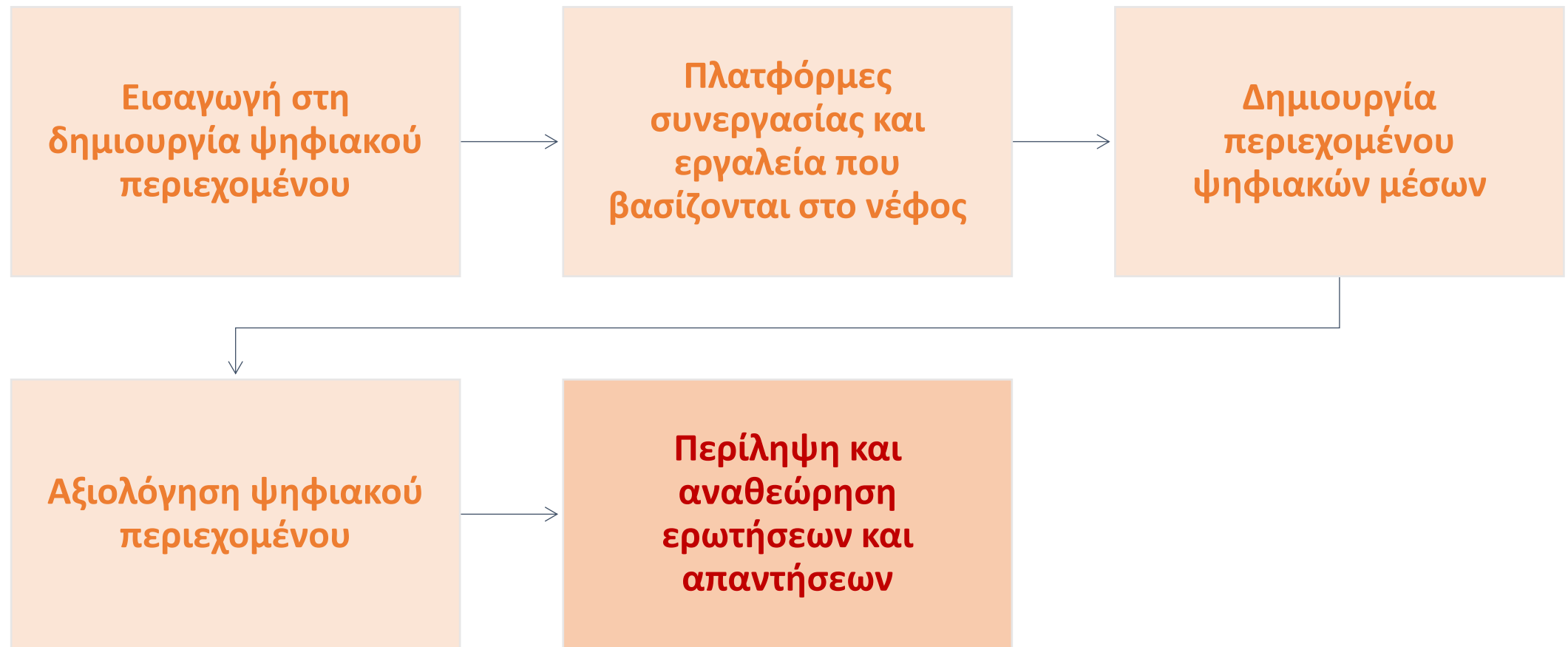


# Όψεις και παραδείγματα

- **Βασικές πτυχές:**
- **Αυτοματοποίηση:** Αντικατάσταση χειροκίνητων εργασιών με αυτοματοποιημένες ψηφιακές διαδικασίες, βελτίωση της ταχύτητας και μείωση του ανθρώπινου λάθους.
- **Με γνώμονα τα δεδομένα:** Αξιοποίηση ψηφιακών δεδομένων για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, την ανάλυση τάσεων και την πρόβλεψη μελλοντικών αποτελεσμάτων.
- **Συνδεσιμότητα:** Βελτίωση της επικοινωνίας μέσω δικτύων και του διαδικτύου, επιτρέποντας τη συνεργασία σε πραγματικό χρόνο πέρα από γεωγραφικά όρια.
- **Καινοτομία:** Η ψηφιοποίηση επιτρέπει τη δημιουργία νέων προϊόντων, υπηρεσιών, ακόμη και βιομηχανιών, αξιοποιώντας τις τεχνολογικές εξελίξεις.
- **Παραδείγματα:**
- **Υγειονομική περίθαλψη:** Χρήση ψηφιακών αρχείων ασθενών, τηλεϊατρικής και διαγνωστικών με βάση την τεχνητή νοημοσύνη.
- **Λιανική πώληση:** Πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου που μεταμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες ψωνίζουν και αλληλεπιδρούν με τις μάρκες.
- **Εκπαίδευση:** Διαδικτυακές πλατφόρμες μάθησης που παρέχουν πρόσβαση στην εκπαίδευση σε μαθητές σε όλο τον κόσμο.

Θέμα 2. Δεξιότητες και ικανότητα χρήσης, πρόσβασης, φιλτραρίσματος, αξιολόγησης και διαμοιρασμού ψηφιακού περιεχομένου

## Θέμα 2 Χάρτης διαδρομής





**"Το περιεχόμενο είναι βασιλιάς, αλλά το πλαίσιο είναι ο Θεός".**

**- Gary Vaynerchuk**

# Εισαγωγή στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου

## Τι είναι η δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου;

- Η διαδικασία ανάπτυξης ψηφιακών μέσων όπως κείμενο, εικόνες, ήχος, βίντεο και διαδραστικά στοιχεία.
- Απαραίτητη για το μάρκετινγκ, την εκπαίδευση και τη διαδικτυακή δέσμευση.

## Τύποι ψηφιακού περιεχομένου:

- **Κείμενο:** Blogs, άρθρα, ενημερωτικά δελτία.
- **Εικόνες:** Εικόνες: Infographics, φωτογραφίες.
- **Βίντεο:** βίντεο: Tutorials, διαφημίσεις.
- **Ήχος:** Συνεντεύξεις: Podcasts, συνεντεύξεις.
- **Διαδραστικό:** Διαδραστικά: δημοσκοπήσεις, κουίζ.

## Σημασία:

- **Δέσμευση:** Προσελκύει και διατηρεί την προσοχή του κοινού.
- **Φτάνει:** Επεκτείνει τη διαδικτυακή σας παρουσία.
- **Επωνυμία:** Καθιερώνει την ταυτότητα και τη φωνή της μάρκας.
- **SEO:** Βελτιώνει τη διαδικτυακή ορατότητα.



# Εισαγωγή στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου

## Εργαλεία και τάσεις στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου

- **Δημοφιλή εργαλεία:**
- **Γραφικά:** Adobe Photoshop.
- **Βίντεο:** Adobe Premiere Pro, iMovie.
- **Ήχος:** Audacity, Adobe Audition.
- **Κείμενο:** Microsoft Word.
- **Web:** Squarespace.

## Βήματα για τη δημιουργία περιεχομένου:

1. **Δημιουργία ιδεών:** Καταιγισμός ιδεών.
2. **Σχεδιασμός περιεχομένου:** Δημιουργήστε ένα ημερολόγιο περιεχομένου.
3. **Δημιουργία:** Χρήση εργαλείων για την παραγωγή περιεχομένου.
4. **Μοντάζ:** Βελτίωση και βελτίωση του περιεχομένου.
5. **Δημοσίευση:** Διανομή περιεχομένου σε όλες τις πλατφόρμες.

## Τάσεις:

- **Βίντεο & ζωντανή μετάδοση:** Αυξανόμενη ζήτηση για εμπλοκή σε πραγματικό χρόνο.
- **Περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες:** Οι μάρκες αξιοποιούν την αυθεντικότητα.



## 4.2.1: Πλατφόρμες συνεργασίας και νέφος

# Θέμα 2.1 Πλατφόρμες συνεργασίας και εργαλεία που βασίζονται στο νέφος



## Τι είναι οι συνεργατικές πλατφόρμες;

- Εργαλεία που επιτρέπουν στις ομάδες να συνεργάζονται σε πραγματικό χρόνο ή ασύγχρονα χρησιμοποιώντας τεχνολογία νέφους.
- Παραδείγματα: **Google Drive, Dropbox.**

## Βασικά χαρακτηριστικά:

- Συνεργασία σε πραγματικό χρόνο για έγγραφα.
- Απομακρυσμένη πρόσβαση και κοινή χρήση αρχείων.
- Έλεγχος εκδόσεων για την παρακολούθηση αλλαγών και ενημερώσεων.

## Σημασία:

- Αυξάνει την παραγωγικότητα και επιτρέπει την απομακρυσμένη εργασία σε διαφορετικές τοποθεσίες.



# Συνεργασία με βάση το cloud και τα οφέλη της

## Google Drive:

- **Κοινή χρήση αρχείων:** Ανέβασμα αρχείων, ρύθμιση δικαιωμάτων κοινής χρήσης (προβολή, επεξεργασία, σχολιασμός).
- **Συνεργασία σε πραγματικό χρόνο:** Πολλοί χρήστες μπορούν να επεξεργαστούν ένα έγγραφο ταυτόχρονα.
- **Παράδειγμα:** Ομάδες που εργάζονται από κοινού σε μια πρόταση.

## Dropbox:

- **Κοινή χρήση μεγάλων αρχείων:** Φόρτωση, κοινή χρήση μέσω συνδέσμων, πρόσκληση συνεργατών.
- **Συγχρονισμός αρχείων:** με χαρακτηριστικά ελέγχου πρόσβασης.
- **Παράδειγμα:** Συνεργατικός διαμοιρασμός αρχείων για έργα πολυμέσων.

## Πλεονεκτήματα της συνεργασίας με βάση το Cloud

- **Συνεργασία σε πραγματικό χρόνο:** Αυτό επιταχύνει τη διαδικασία και βελτιώνει την ακρίβεια.
- **Απομακρυσμένη πρόσβαση:**
  - Οι πλατφόρμες που βασίζονται στο νέφος επιτρέπουν στις ομάδες να έχουν πρόσβαση σε αρχεία από οπουδήποτε, ενισχύοντας την απομακρυσμένη εργασία και την ευελιξία.
- **Έλεγχος εκδόσεων:**
  - Αυτά τα εργαλεία αποθηκεύουν προηγούμενες εκδόσεις αρχείων, ώστε οι αλλαγές να μπορούν να παρακολουθούνται και να αποκαθίστανται εάν χρειαστεί.

# Πλατφόρμες συνεργασίας με χρήση του Google Drive ή του Dropbox



MT3.2\_1



## 4.2.2 Δημιουργία περιεχομένου ψηφιακών μέσων



## 4.2.2 Δημιουργία περιεχομένου ψηφιακών μέσων

### Ορισμός:

Το περιεχόμενο ψηφιακών μέσων περιλαμβάνει κάθε τύπο μέσων (κείμενο, εικόνες, βίντεο) που δημιουργούνται και διαμοιράζονται στο διαδίκτυο για να προσελκύσουν το κοινό.

### Τύποι ψηφιακών μέσων:

- **Κείμενο:** Blogs, άρθρα, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- **Εικόνες:** Εικόνες: Infographics, φωτογραφίες, εικονογραφήσεις.
- **Βίντεο:** Βίντεο: Επεξηγηματικά, εκπαιδευτικά, διαφημιστικά βίντεο.

### Εργαλεία δημιουργίας κειμένου:

- Google Docs, Microsoft Word ή συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (π.χ. WordPress).

### Εργαλεία δημιουργίας εικόνων:


- Canva, Adobe Photoshop, Illustrator.

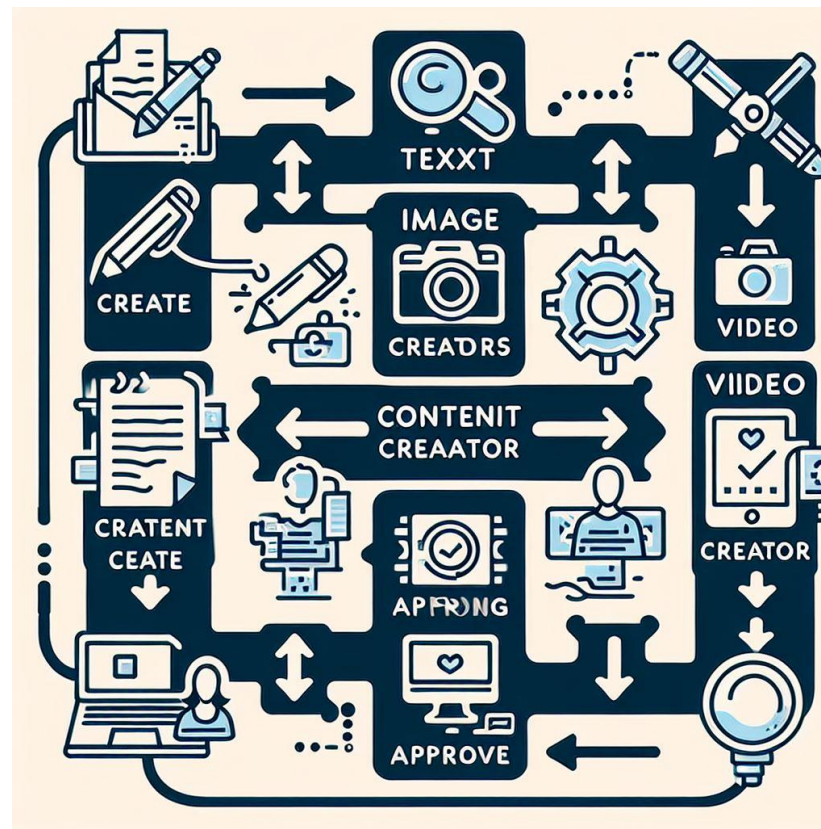
### Εργαλεία δημιουργίας βίντεο:

- Adobe Premiere Pro, iMovie, Final Cut Pro.



# Δημιουργία περιεχομένου πολυμέσων για μια εκστρατεία ψηφιακού μάρκετινγκ

 MT3.2\_2



# Βασικά συμπεράσματα για τη δημιουργία ψηφιακών μέσων

## Δέσμευση: Προσέλκυση και διατήρηση της προσοχής του κοινού σας

- **Η ποιότητα είναι το κλειδί:** Το υψηλής ποιότητας περιεχόμενο ψηφιακών μέσων προσελκύει το κοινό με το να είναι ενημερωτικό, οπτικά ελκυστικό και σχετικό.
  - **Κείμενο:** Το καλογραμμένο και περιεκτικό κείμενο τραβάει την προσοχή, παρέχει αξία και ενθαρρύνει τον αναγνώστη να δράσει. Χρησιμοποιήστε **τίτλους, φράσεις που καλούν σε δράση και εύχρηστες μορφές** για να ενισχύσετε τη δέσμευση.
  - **Εικόνες:** Οπτικό περιεχόμενο, όπως εικόνες, infographics και memes, μοιράζονται συχνά περισσότερο από ό,τι μόνο κείμενο. Οι εικόνες πρέπει να είναι **οπτικά ελκυστικές, σχετικές και ενημερωτικές**.
  - **Βίντεο:** Το περιεχόμενο βίντεο είναι μια από τις πιο ελκυστικές μορφές μέσων ενημέρωσης. Είτε πρόκειται για ένα σύντομο επεξηγηματικό βίντεο είτε για ένα demo προϊόντος, το περιεχόμενο βίντεο τραβάει γρήγορα την προσοχή και κρατάει τους χρήστες περισσότερο απασχολημένους.
- **Προσαρμόστε το περιεχόμενο στο κοινό:** Η γνώση του κοινού σας είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου. Εξετάστε **τα δημογραφικά στοιχεία, τις προτιμήσεις και τη χρήση της πλατφόρμας** για να καθορίσετε τον τόνο, τη μορφή και το στυλ του περιεχομένου σας.
  - **Παράδειγμα:** ενώ το επαγγελματικό κοινό μπορεί να προτιμά **μεγαλύτερα άρθρα ή αναλυτικά έγγραφα**.

# Βασικά συμπεράσματα για τη δημιουργία ψηφιακών μέσων

## Δημιουργικότητα: Τύποι μέσων για μέγιστο αντίκτυπο

- **Κείμενο + εικόνες:** Ο συνδυασμός κειμένου με οπτικά στοιχεία αυξάνει τη δέσμευση παρέχοντας πληροφορίες και οπτικό ενδιαφέρον. Για παράδειγμα, ο συνδυασμός μιας ανάρτησης ιστολογίου με ένα infographic ενισχύει την κατανόηση και τη διατήρηση των πληροφοριών.
  - **Παράδειγμα:** Για παράδειγμα, μια ανάρτηση σε ιστολόγιο σχετικά με ένα προϊόν μπορεί να περιλαμβάνει ένα συγκριτικό διάγραμμα ή ένα infographic για την οπτική παρουσίαση των χαρακτηριστικών και των πλεονεκτημάτων του.
- **Βίντεο + Κείμενο:** Η προσθήκη κειμένου σε βίντεο, όπως υπότιτλοι ή κείμενο στην οθόνη, κάνει τα βίντεο πιο προσιτά σε ένα ευρύτερο κοινό, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που παρακολουθούν χωρίς ήχο.
  - **Παράδειγμα:** Έτσι μπορεί να κοινοποιηθεί ένα διαφημιστικό βίντεο με υπότιτλους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι χρήστες μπορεί να μην έχουν πάντα ενεργοποιημένο τον ήχο, αυξάνοντας την εμβέλεια και την προσβασιμότητα.
- **Στρατηγική πολυμέσων:** Χρησιμοποιώντας ένα μείγμα **κειμένου**, **εικόνων** και **βίντεο** με συντονισμένο τρόπο σε πολλαπλές πλατφόρμες (π.χ. ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου), δημιουργείται μια **δυναμική, πολυκαναλική εμπειρία** για το κοινό. Αυτή η προσέγγιση συμβάλλει στην αύξηση των πιθανοτήτων εμπλοκής των χρηστών σε διάφορα σημεία επαφής.
  - **Παράδειγμα:** στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ένα βίντεο για το YouTube ή το Instagram.

# Ατομική άσκηση: Χρήση ενός ψηφιακού εργαλείου



MT3.2\_3

## Creating a flyer



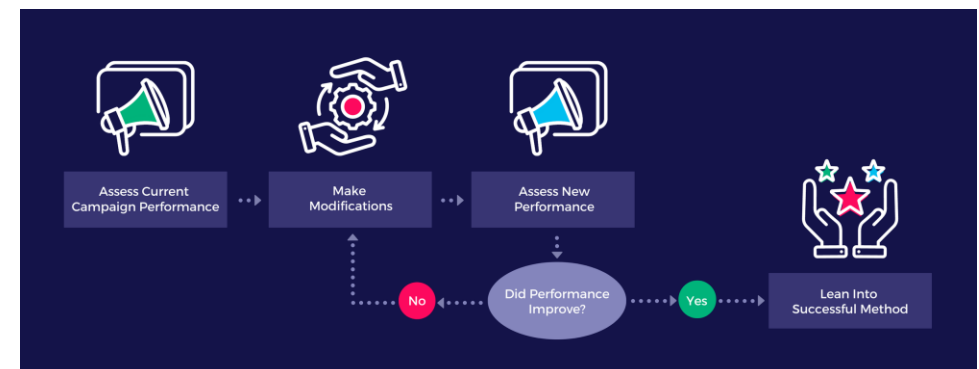
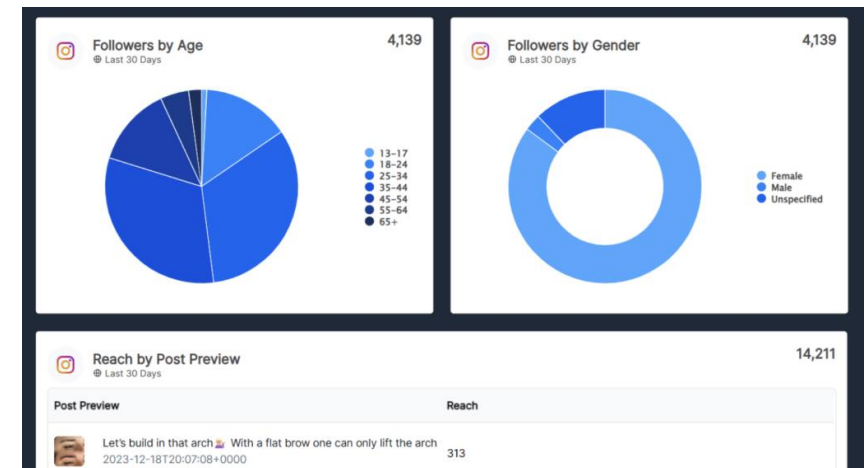
## 4.2.3 Αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου

## 4.2.3 Αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου

**Ορισμός:** Η αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου είναι η διαδικασία εκτίμησης του πόσο καλά το περιεχόμενό σας αποδίδει στην επίτευξη των επιθυμητών στόχων, όπως η δέσμευση, οι μετατροπές ή η αναγνωρισιμότητα της μάρκας.

### Σημασία:

- **Απόδοση Insights:** Βοηθάει στον εντοπισμό του περιεχομένου που έχει απήχηση στο κοινό σας και οδηγεί στη δέσμευση.
- **Βελτιστοποίηση:** Βελτιστοποίηση: Επιτρέπει τη συνεχή βελτίωση του περιεχομένου με βάση τα δεδομένα απόδοσης.
- **Μέτρηση ROI:** Σας επιτρέπει να κατανοήσετε την απόδοση της επένδυσης (ROI) από τις προσπάθειες μάρκετινγκ περιεχομένου σας.



# Εργαλεία για την αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου

**Google Analytics:** Σας βοηθά να μετρήσετε τη δέσμευση, τις πηγές επισκεψιμότητας και τις μετατροπές.

- **Βασικά χαρακτηριστικά:**
  - **Δεδομένα κυκλοφορίας:** Παρακολουθεί τον αριθμό των επισκεπτών, τις προβολές σελίδων και τις συνεδρίες χρηστών.
  - **Συμπεριφορά χρήστη:** Παρακολουθεί τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούν με τον ιστότοπό σας (π.χ. ποσοστό αναπήδησης, χρόνος παραμονής στη σελίδα).
  - **Μετατροπές:** Μετατροπές: Μετράει στόχους όπως υποβολές φόρμας, αγορές ή εγγραφές.

**Άλλα εργαλεία ανάλυσης:**

- **Social Media Insights:** Ενσωματωμένα εργαλεία ανάλυσης σε πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram και το LinkedIn για τη μέτρηση των συμπαθειών, των κοινοποιήσεων, των σχολίων και της εμβέλειας.
- **Εργαλεία SEO:** Εργαλεία όπως το **SEMRush** και το **Ahrefs** παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την απόδοση του περιεχομένου σας από την άποψη του SEO.

**Μετρήσεις για την παρακολούθηση κατά την αξιολόγηση του περιεχομένου**

- **Μετρήσεις δέσμευσης:**
  - **Προβολές σελίδων:** Αριθμός προβολών μιας σελίδας.
  - **Ποσοστό αναπήδησης:** Ποσοστό επισκεπτών που φεύγουν μετά την προβολή μιας σελίδας.
  - **Μέση διάρκεια συνεδρίας:** Διάρκεια συνεδρίας: Πόσο καιρό παραμένουν οι χρήστες στον ιστότοπο.
- **Μετρικές μετατροπής:**
  - **Ολοκλήρωση στόχων:** Ενέργειες που πραγματοποιούνται στον ιστότοπό σας, όπως η συμπλήρωση μιας φόρμας ή η πραγματοποίηση μιας αγοράς.
  - **Ποσοστό μετατροπής:** Το ποσοστό των επισκεπτών που ολοκληρώνουν μια επιθυμητή ενέργεια.
- **Μετρήσεις κυκλοφορίας:**
  - **Κίνηση παραπομπών:** Κίνηση από άλλους ιστότοπους ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
  - **Οργανική κυκλοφορία:** Επισκέπτες που έρχονται από μηχανές αναζήτησης.



# Επίλυση προβλημάτων στο ψηφιακό περιεχόμενο

## 1. Προσδιορισμός του προβλήματος:

- **Βήμα 1:** Εντοπίστε το πρόβλημα στα δεδομένα σας.
  - **Η κυκλοφορία πέφτει:** Αισθητή μείωση των επισκεπτών του ιστότοπου.
  - **Υψηλά ποσοστά αναπήδησης:** Επισκέπτες που φεύγουν μετά την προβολή μιας σελίδας.
  - **Χαμηλές μετατροπές:** Λιγότεροι άνθρωποι ολοκληρώνουν τις επιθυμητές ενέργειες (π.χ. εγγραφές, αγορές).
- **Παράδειγμα:** Αν η επισκεψιμότητά σας έχει μειωθεί ξαφνικά, εντοπίστε πρώτα αν προέρχεται από μια συγκεκριμένη πηγή, όπως η οργανική αναζήτηση ή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## 2. Αναλύστε τα δεδομένα:

- **Βήμα 2:** Εμβάθυνση στις συγκεκριμένες μετρήσεις και στα τμήματα δεδομένων.
  - **Πηγή κυκλοφορίας:** Ελέγξτε πού συμβαίνει η πτώση της κίνησης (οργανική, άμεση, παραπομπή).
  - **Συμπεριφορά χρήστη:** Κοιτάξτε τη μέση διάρκεια συνεδρίας, το ποσοστό αναπήδησης και τις προβολές σελίδων ανά συνεδρία για να κατανοήσετε τη δέσμευση των χρηστών.
  - **Ποσοστό μετατροπής:** Αξιολογήστε τους στόχους και τα μονοπάτια της χοάνης για να προσδιορίσετε σε ποιο βήμα οι χρήστες εγκαταλείπουν τη διαδικασία.
- **Παράδειγμα:** Αν το ποσοστό αναπήδησης είναι υψηλό, ελέγξτε ποιες σελίδες έχουν το υψηλότερο ποσοστό αναπήδησης και δείτε αν προσφέρουν σχετικό περιεχόμενο.

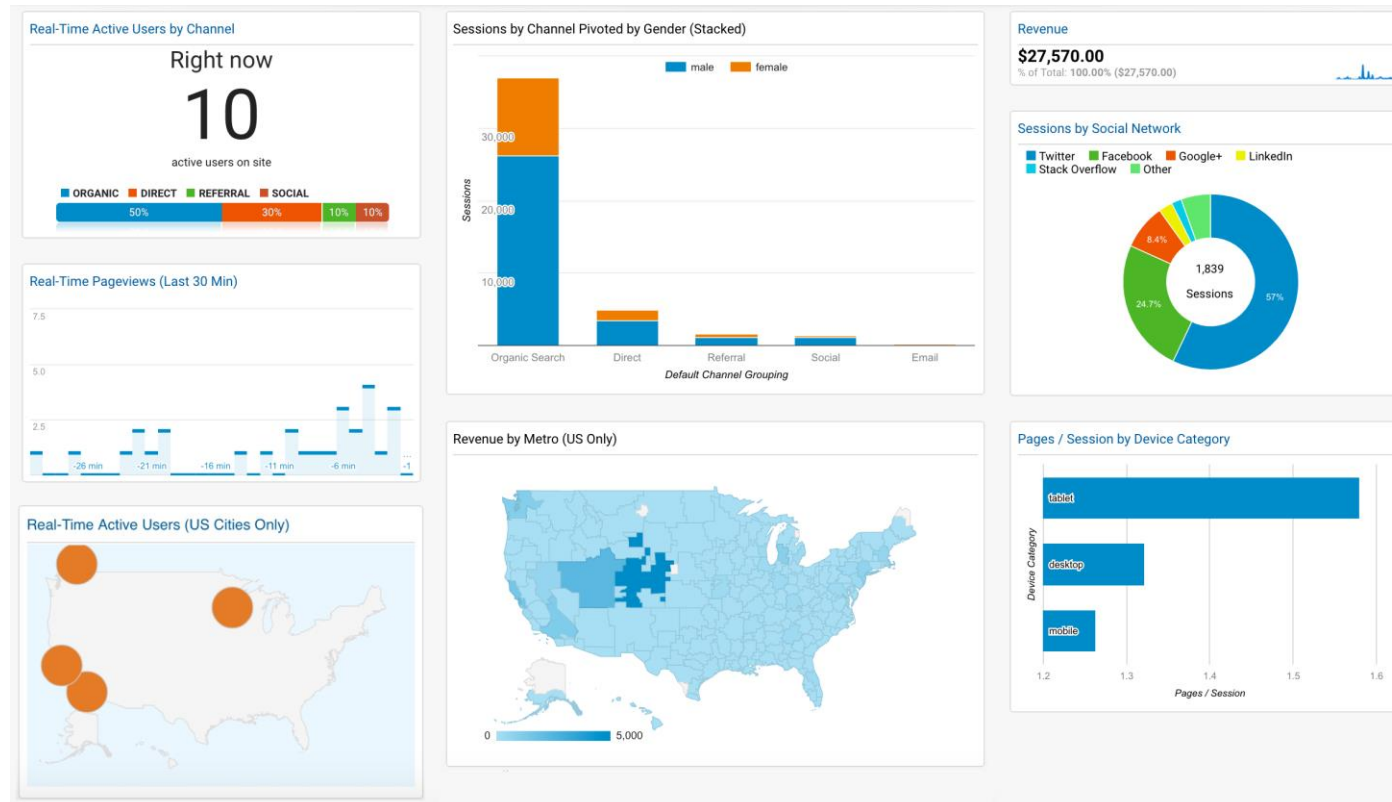
## 3. Διερεύνηση των αιτιών:

- **Βήμα 3:** Ερευνήστε τους πιθανούς λόγους του προβλήματος.
  - **Τεχνικά ζητήματα:** Ελέγξτε αν υπάρχουν σπασμένοι σύνδεσμοι, αργοί χρόνοι φόρτωσης σελίδων ή ακατάλληλοι κωδικοί παρακολούθησης.
  - **Συνάφεια περιεχομένου:** Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενο ταιριάζει με αυτό που περιμένουν οι χρήστες με βάση τις λέξεις-κλειδιά ή τις πηγές παραπομπής.
  - **Αλλαγές στην πηγή κίνησης:** Διερευνήστε αν μια αλλαγή στις πηγές επισκεψιμότητας (π.χ. μια ενημέρωση αλγορίθμου που επηρεάζει την επισκεψιμότητα αναζήτησης) προκάλεσε το πρόβλημα.
- **Παράδειγμα:** Αν οι χρήστες εγκαταλείπουν σε ένα συγκεκριμένο βήμα σε ένα χωνί, αυτό μπορεί να οφείλεται σε μια συγκεκριμένη κλήση προς δράση ή σε μια σπασμένη φόρμα.

## 4. Εφαρμόστε λύσεις:

- **Βήμα 4:** Εφαρμόστε λύσεις με βάση τα ευρήματά σας.
  - **Τεχνικές διορθώσεις:** Διασφαλίστε ότι οι σελίδες φορτώνουν γρήγορα, ότι οι κωδικοί παρακολούθησης έχουν εγκατασταθεί σωστά και ότι δεν υπάρχουν σπασμένοι σύνδεσμοι.
  - **Βελτιστοποίηση περιεχομένου:** Βελτίωση του περιεχομένου της σελίδας ώστε να ανταποκρίνεται καλύτερα στις προθέσεις των χρηστών ή στις λέξεις-κλειδιά που οδηγούν στην επισκεψιμότητα.
  - **Δοκιμές A/B:** Πειραματιστείτε με διαφορετικές σελίδες προορισμού, κλήσεις προς δράση ή τοποθετήσεις φόρμας για να βελτιώσετε τις μετατροπές.
- **Παράδειγμα:** Αν τα ποσοστά μετατροπής είναι χαμηλά, βελτιώστε την πρόσκληση προς δράση και δοκιμάστε διαφορετικές τοποθετήσεις ή χρώματα κουμπιών εγγραφής.

# Μέτρηση της επιτυχίας μιας ανάρτησης στο blog με τη χρήση του Google Analytics





Αναθεώρηση-Συνοπτική παρουσίαση και ερωτήσεις και απαντήσεις

# Αναθεώρηση-Συνοπτική παρουσίαση

## Ανακεφαλαίωση των βασικών σημείων

- **Εισαγωγή στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου:**
  - **Ορισμός της δημιουργίας περιεχομένου:** Δημιουργία περιεχομένου: Η δημιουργία περιεχομένου περιλαμβάνει την παραγωγή υψηλής ποιότητας **κειμένου, οπτικών μέσων και βίντεο** για την προσέλκυση του κοινού.
  - **Βασικά εργαλεία:** **Canva/Photoshop** (εικόνες) και **iMovie/Adobe Premiere Pro** (βίντεο) για τη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου.
- **Πλατφόρμες συνεργασίας και εργαλεία βασισμένα στο νέφος:**
  - **Συνεργασία στο σύννεφο:** **Dropbox** διευκολύνουν τη συνεργασία σε πραγματικό χρόνο και την αποτελεσματική κοινή χρήση εγγράφων.
  - **Ενημερώσεις σε πραγματικό χρόνο:** Τα συνεργατικά εργαλεία βοηθούν τις ομάδες να συνεργάζονται εξ αποστάσεως με λειτουργίες όπως ο έλεγχος εκδόσεων και οι άμεσες ενημερώσεις αρχείων.
- **Δημιουργία περιεχομένου ψηφιακών μέσων:**
  - **Χρήση πολλαπλών τύπων πολυμέσων:** Ο συνδυασμός **κειμένου, εικόνων** και βίντεο εξασφαλίζει μια δυναμική και ολοκληρωμένη ψηφιακή καμπάνια.
  - **Δημιουργικό παιχνίδι ρόλων:** Οι συμμετέχοντες έμαθαν πώς να προσομοιώνουν σενάρια πραγματικής ζωής δημιουργώντας εκστρατείες ψηφιακού μάρκετινγκ με τη χρήση τυποποιημένων εργαλείων του κλάδου.
- **Αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου:**
  - **Google Analytics:** Κατανόηση του τρόπου αξιολόγησης της απόδοσης του περιεχομένου χρησιμοποιώντας βασικές μετρήσεις όπως η **επισκεψιμότητα, το ποσοστό αναπήδησης, ο χρόνος παραμονής στη σελίδα** και οι **μετατροπές**.
  - **Μελέτη περίπτωσης:** Με βάση τα αναλυτικά δεδομένα αναλύσαμε την απόδοση μιας ανάρτησης σε ιστολόγιο, εστιάζοντας στο πώς να βελτιώσουμε τη δέσμευση και τις μετατροπές.

## Τελικό συμπέρασμα:

Η ψηφιακή επάρκεια περιλαμβάνει τη **δημιουργία**, τη **συνεργασία** και την **αξιολόγηση** ψηφιακού περιεχομένου με τη χρήση ποικίλων εργαλείων, εξασφαλίζοντας συνεχή βελτίωση και βελτιστοποίηση.

**Ατομικό κουίζ αναστοχασμού**



MT3.2\_5



## 4.2.3 Πλατφόρμες συνεργασίας και εργαλεία που βασίζονται στο νέφος

### Τι είναι οι συνεργατικές πλατφόρμες;

- Εργαλεία που επιτρέπουν στις ομάδες να συνεργάζονται σε πραγματικό χρόνο ή ασύγχρονα χρησιμοποιώντας τεχνολογία νέφους.
- Παραδείγματα: **Google Drive, Dropbox.**

### Βασικά χαρακτηριστικά:

- Συνεργασία σε πραγματικό χρόνο για έγγραφα.
- Απομακρυσμένη πρόσβαση και κοινή χρήση αρχείων.
- Έλεγχος εκδόσεων για την παρακολούθηση αλλαγών και ενημερώσεων.

### Σημασία:

- Αυξάνει την παραγωγικότητα και επιτρέπει την απομακρυσμένη εργασία σε διαφορετικές τοποθεσίες.



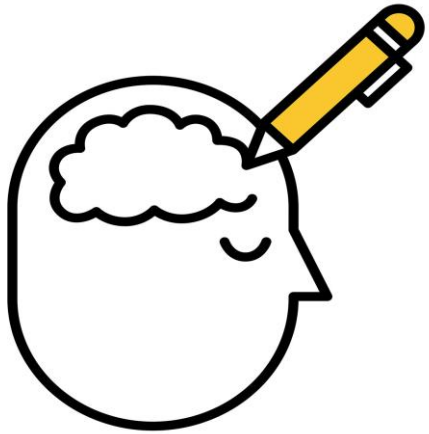
✓ Δεξιότητες για ψηφιακό περιεχόμενο:

- ✓ Δημιουργία περιεχομένου: Χρήση εργαλείων όπως το Google Docs, το Canva και το Adobe για τη δημιουργία κειμένου, εικόνων και βίντεο.
- ✓ Συνεργασία στο σύννεφο: Google Drive και Dropbox.
- ✓ Ανάλυση: Μέτρηση της αποτελεσματικότητας του περιεχομένου με εργαλεία όπως το Google Analytics.



Έχετε ερωτήσεις;





Τι θα κρατήσετε από  
σημερινή εκπαίδευση;

# Εκπαίδευση Αξιολόγηση



## Κατάλογος παραπομπών

**Δεξιότητες και ικανότητες χρήσης, πρόσβασης, φιλτραρίσματος, αξιολόγησης και διαμοιρασμού ψηφιακού περιεχομένου**

6. **Smith, J.** (2018). *The Social Media Content Strategy Workbook: Πώς να σχεδιάσετε το δικό σας περιεχόμενο σε 30 λεπτά ή λιγότερο*. CreateSpace Independent Publishing Platform.  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [Amazon Link](#)
7. **Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A.** (2016). *Deep Learning*. MIT Press.  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: MIT Press.
8. **Kaplan, A. M., & Haenlein, M.** (2010). *Οι χρήστες του κόσμου, ενωθείτε! Οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [ScienceDirect](#)
9. **Mayfield, A.** (2008). *Τι είναι τα Social Media*; iCrossing.  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [iCrossing PDF](#)
10. **Rose, S., Spinks, N., & Canhoto, A.** (2015). *Management Research: Εφαρμογή των αρχών*. Routledge.  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [Amazon Link](#)

# Κατάλογος προτεινόμενων πόρων για αυτοκατευθυνόμενη μάθηση

## 2. Δεξιότητες και ικανότητες χρήσης, πρόσβασης, φιλτραρίσματος, αξιολόγησης και διαμοιρασμού ψηφιακού περιεχομένου

- **Μάθηση στο LinkedIn:** *LinkedIn: Εργαλεία και στρατηγικές δημιουργίας περιεχομένου*  
Διαθέσιμο σε: LinkedIn LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn: [LinkedIn Learning](#)
- **"Στρατηγική περιεχομένου για τον Παγκόσμιο Ιστό"** - Kristina Halvorson  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [Amazon Link](#)
- **"Η τέχνη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης:** Guy Kawasaki: **"Power Tips for Power Users"** - Guy Kawasaki  
Διαθέσιμο στο: [Amazon Link](#)
- **Canva:** *Μαθαίνω γραφιστική σχεδίαση*  
Διαθέσιμο σε: Canva: Canva
- **Ακαδημία Google Analytics:** *Google Analytics: Βασικές αρχές ψηφιακής ανάλυσης*  
Διαθέσιμο στη διεύθυνση: Google Analytics Academy



Entrepreneurial Mindset and Key Skills for All

**Σας ευχαριστώ!**



**Co-funded by  
the European Union**

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά του/των συγγραφέα/ων και δεν αντανακλούν κατ' ανάγκη τις απόψεις και τις γνώμες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι γι' αυτές.