



GLOSSAR



This project has been funded with support from the European Commission.
This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Δικαίωμα αντιγραφής

Το δικαίωμα αντιγραφής είναι ένας τύπος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Αναφέρεται στη νομική αναγνώριση της κατοχής ενός αυθεντικού έργου: λογοτεχνικού, θεατρικού, μουσικού και καλλιτεχνικού είτε πρόκειται για εκτυπωμένο, ακουστικό, οπτικό κτλ. Με το δικαίωμα αντιγραφής, ο δημιουργός έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης ή εξουσιοδότησης άλλων να χρησιμοποιήσουν το έργο του υπό συγκεκριμένους και συμφωνηθέντες όρους.

Πατέντα

Η πατέντα είναι ένας τύπος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Αναφέρεται σε ένα επίσημο έγγραφο το οποίο δίνει στον εφευρέτη το δικαίωμα να φτιάξει, χρησιμοποιήσει και πωλήσει την εφεύρεση του για μία περιορισμένη περίοδο. Μία πατέντα συνήθως προστατεύει μία εφεύρεση ή συγκεκριμένους τύπους ανακαλύψεων (όπως για παράδειγμα, μαθηματικές εξισώσεις και φόρμουλες προϊόντων) ενώ το δικαίωμα αντιγραφής είναι η προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας για αυθεντικά έργα λογοτεχνίας, θεάτρου κτλ.

Εμπορικό σήμα

Το εμπορικό σήμα είναι ένας τύπος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Αναφέρεται σε ένα όνομα ή άλλο σύμβολο, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί από μία επιχείρηση για να διακρίνει τα προϊόντα από τα προϊόντα των ανταγωνιστών της.

Διαφήμιση

Η διαφήμιση είναι μία στρατηγική πώλησης με την οποία οι επιχειρήσεις προωθούν τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους στους πελάτες τους. Είναι μία μέθοδος μαζικής επικοινωνίας. Ορισμένα παραδείγματα είναι: φυλλάδια, διαφημίσεις σε ράδιο, τηλεόραση, αποστολή διαφημιστικών φυλλαδίων μέσω ταχυδρομείου, κατάλογοι κτλ.

Καινοτομία

Η εισαγωγή κάτι νέου και η δημιουργία μίας θετικής αλλαγής. Στον επιχειρηματικό κόσμο, αυτό μπορεί να γίνει σε ένα προϊόν, μία υπηρεσία ή στον τρόπο διοίκησης μίας επιχείρησης. Η τεχνολογία αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της καινοτομίας αλλά η καινοτομία δεν σημαίνει απαραίτητα και τεχνολογία. Υπάρχουν 4 τύποι καινοτομίας τα οποία αφορούν: το προϊόν , τη διαδικασία, το παράδειγμα και τη θέση της καινοτομίας.

- Καινοτομία στο προϊόν: εισάγει ή βελτιώνει την αξία ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας.
- Καινοτομία στη διαδικασία: εστιάζει σε αλλαγές με τις οποίες θα αλλάξει ο τρόπος παραγωγής των προϊόντων ή διαμόρφωσης των υπηρεσιών και επηρεάζουν είτε αυτή καθαυτή τη διαδικασία παραγωγής ή την τελική παράδοση στον πελάτη. Ένα παράδειγμα είναι η αυτόματη συσκευασία των προϊόντων.
- Καινοτομία στη θέση: εμπεριέχει την επανατοποθέτηση της αντίληψης για ένα καλά εδραιωμένο προϊόν/υπηρεσία αλλάζοντας το πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετείται και επικοινωνείται. Για παράδειγμα, τα τζιν Levi-Strauss είναι ένα καλά εδραιωμένο παγκόσμιο προϊόν το οποίο αρχικά ξεκίνησε ως προϊόν απευθυνόμενο στους εργάτες και αργότερα εξελίχθηκε ως προϊόν μόδας.
- Καινοτομία στο παράδειγμα/ αποδιοργανωτική καινοτομία: σχετίζεται με την καινοτομία η οποία καθορίζει ή επανακαθορίζει τα κυρίαρχα παραδείγματα ενός οργανισμού ή ενός ολόκληρου τομέα. Δίνοντας στον πελάτη ό,τι χρειάζεται, μπορούν να μειώσουν όσα είναι επιθυμητά και να ξεκινήσουν μία νέα αγορά, αποδομώντας μία ήδη υπάρχουσα. Για παράδειγμα, η αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους ξεκίνησαν μία νέα αγορά μειώνοντας ορισμένες υπηρεσίες και παροχές και δίνοντας στους πελάτες ακριβώς ό,τι χρειαζόνταν σε πιο λογικές τιμές.

Προσωπική πώληση

Η προσωπική πώληση είναι μία στρατηγικών πωλήσεων με την οποία ο

πωλητής πουλάει στον πελάτη πρόσωπο προς πρόσωπο. Εμπεριέχει μία στεχνή σχέση με τον πελάτη και χρησιμοποιεί τις επικοινωνιακές και διαπραγματευτικές δεξιότητες για να κλείσει μία συμφωνία ή την πώληση ενός προϊόντος. Συνήθως η προσωπική πώληση αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία δεν μπορούν να πωληθούν μόνα τους (πχ στο ράφι ενός σουπερ μαρκετ).

Δημόσιες σχέσεις (Public Relations) (PR)

Οι δημόσιες σχέσεις είναι το μέσο με το οποίο ο οργανισμός σχετίζεται ή επικοινωνεί με το περιβάλλον. Είναι η πρακτική δημιουργίας, προώθησης, ή διατήρησης της καλής θέλησης και της καλής εικόνας προς το κοινό.

Προώθηση πωλήσεων

Η προώθηση πωλήσεων είναι μία στρατηγική πωλήσεων η οποία χρησιμοποιεί βραχυπρόθεσμα κίνητρα για την ενθάρρυνση της αγοράς ενός προϊόντος (πχ κουπόνια, εμπορικές εκθέσεις, δείγματα).

Στρατηγική πωλήσεων

Μία στρατηγική πωλήσεων αφορά την τοποθέτηση του προϊόντος/της υπηρεσίας στην αγορά , ορίζοντας μία συγκεκριμένη ομάδα στόχο, έναν ξεκάθαρο στόχο/στόχους και μετρήσιμα μεγέθη.