**ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ΣΧΟΛΗ** | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ | | | | |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | | | | |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ | | | | |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **703** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | | **7ο** | |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | | | | |
| **ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ** *σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων* | | | **ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** | | **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ** |
| Διαλέξεις και Ασκήσεις Πράξεις | | | 4 | | 5 |
|  | | |  | |  |
|  | | |  | |  |
| *Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).* | | |  | |  |
| **ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**  *γενικού υποβάθρου,  ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης*  *γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων* | Μάθημα Ειδικής Υποδομής | | | | |
| **ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:** |  | | | | |
| **ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:** | ΕΛΛΗΝΙΚΗ | | | | |
| **ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS** | Ναι (στην αγγλική) | | | | |
| **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)** |  | | | | |

1. **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Μαθησιακά Αποτελέσματα** | |
| *Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.*  *Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α*   * *Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης* * *Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β* * *Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων* | |
| Το μάθημα αποτελεί βασικό μάθημα στις έννοιες του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης.  Η ύλη του μαθήματος στοχεύει στην εισαγωγή και έκθεση των φοιτητών στις βασικές έννοιες του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, τη σύνδεση του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και μάρκετινγκ μέσων κοινωνικές δικτύωσής με τη στρατηγική μάρκετινγκ, στην αναγνώριση διαφορών μεταξύ παραδοσιακού και ψηφιακού μάρκετινγκ.  Περιλαμβάνει θέματα σχετικά με Search Engine Optimisation, Web Analytics, Social Media Marketing, επεξεργασία πολυμέσων, τεχνολογίες διαδραστικών πολυμέσων καθώς και εισαγωγή στην εικονική και στην επαυξημένη πραγματικότητα με εφαρμογές στο Μάρκετινγκ.  Τέλος, στόχο του μαθήματος αποτελεί η αποσαφήνιση των ρόλων των καταναλωτών και των ανταγωνιστών στην ηλεκτρονική αγορά του διαδικτύου. Αναλύονται οι στρατηγικές αγοράς και προϊόντος με στόχο τη δημιουργία μιας ισχυρής ψηφιακής παρουσίας και αναγνωρίζεται η σπουδαιότητας του σωστού προγραμματισμού, ανάπτυξης και συντήρησης μιας ψηφιακής τοποθεσίας.  Με την επιτυχή ολοκλήρωση της ενότητας αυτής ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση:   * Να προσδιορίσει τις τωρινές και κύριες πρακτικές του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. * Να αναλύσει , να σχεδιάσει, να εκτελέσει και να αξιολογήσει μια στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ * Να διακρίνει και να υποστηρίξει τις διαδικασίες των επικοινωνιακών καναλιών που χρησιμοποιούνται κατά την εμπλοκή στις ψηφιακές κοινότητες. * Να προσδιορίσει τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνική Δικτύωσης * Να διακρίνει τα διάφορα είδη πολυμέσων * Να προσδιορίσει τις τεχνολογίες εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας * Να διακρίνει την προσωπικότητα καταναλωτή, να ορίζει τους σκοπούς του μάρκετινγκ και να διεξάγει μια ανάλυση κατάστασης ως μέρος του ψηφιακού προγραμματισμού μάρκετινγκ. * Να αναπτύσσει ψηφιακές στρατηγικές μάρκετινγκ βασιζόμενες στις online προτάσεις αξίας και την ανάπτυξη αγοράς/προϊόντος. * Να εξετάζει ψηφιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας για να δημιουργεί μια online παρουσία. * Να αναγνωρίζει την αξία της διαδραστικής επικοινωνίας μάρκετινγκ, του μάρκετινγκ μέσω των μηχανών αναζήτησης | |
| **Γενικές Ικανότητες** | |
| *Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;.* | |
| *Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*  *Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*  *Λήψη αποφάσεων*  *Αυτόνομη εργασία*  *Ομαδική εργασία*  *Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*  *Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*  *Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών* | *Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*  *Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*  *Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*  *Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*  *Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*  *Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*  *……*  *Άλλες…*  *…….* |
| * Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών * Αυτόνομη εργασία * Ομαδική εργασία * Σχεδιασμός και διαχείριση έργων * Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης | |

|  |
| --- |
| 1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** |
| * Το ψηφιακό περιβάλλον και το μάρκετινγκ * Συμπεριφορά καταναλωτή στην ψηφιακή εποχή * Έρευνα αγοράς και διαχείριση πληροφοριών * Στρατηγικός προγραμματισμός ψηφιακής επιχειρηματικής δράσης * Καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα και μάρκετινγκ * Δημιουργία αξίας: προϊόντα, υπηρεσίες, περιεχόμενο * Πολυ-καναλική διανομή και πωλήσεις * Επικοινωνία-προβολή στο ψηφιακό περιβάλλον * Οι Βάσεις του Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης * Στρατηγική Μάρκετινγκ με Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης * Δομή Δικτύων και η Επίδραση Ομάδων στα Κοινωνικά Μέσα * Διαχείριση Κοινωνικών Δεδομένων και Μετρήσεις |

1. **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ** *Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.* | Διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη φοιτητών μέσα από το σύστημα e-learning του Τμήματος |
| **ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ** *Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές* | Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: Λογισμικό Επεξεργασία Κειμένου, Παρουσιάσεων, Υπολογιστικών Φύλλων. Για τη διεξαγωγή των παρουσιάσεων γίνεται χρήση Video projector.  Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία: Η επικοινωνία με τους φοιτητές επιτυγχάνεται μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου και της πλατφόρμας e-learning του Τμήματος. |
| **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ**  *Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.*  *Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.*  *Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS* | |  |  | | --- | --- | | ***Δραστηριότητα*** | ***Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου*** | | Διαλέξεις | 46 | | Ασκήσεις πράξης | 26 | | Συγγραφή εργασίας (εργασιών) | 10 | | Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project) | 10 | | Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας |  | | Αυτοτελής Μελέτη | 33 | |  |  | |  |  | |  |  | | Σύνολο Μαθήματος | ***125*** | |
| **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ**  *Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης*  *Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες*  *Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.* | Γλώσσα Αξιολόγησης : Ελληνικά  Γραπτή τελική εξέταση (60%) η οποία μπορεί να περιλαμβάνει:  Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής ή σωστού‐λάθους.  Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, και Επίλυση  Προβλημάτων.  Ερωτήσεις ανάπτυξης.  Εξέταση μελέτης περίπτωσης.  Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των  βασικών στοιχείων του μαθήματος.  Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η  σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.  Εργασία (30 %). Επιλογή ενός εκ των διδασκόντων πεδίων του Ψηφιακού Μάρκετινγκ  Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που  ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες  που σχετίζονται με το Ψηφιακό Μάρκετινγκ  και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να  υλοποιούν ένα έργο.  Κριτήρια αξιολόγησης: o βαθμός ικανοποίησης των  παρακάτω : Ανάπτυξη των διαπραγματευτικών και ηγετικών ικανοτήτων, επίδειξη δημιουργικής σκέψης στην επίλυση των προβλημάτων, στοιχεία αμφίδρομης επικοινωνίας, κατάλληλη οργάνωση και διαχείριση του χρόνου και των προδιαγραφών που τέθηκαν, η γραπτή  έκθεση, το περιεχόμενο, ο σχεδιασμός και η  παρουσίαση αυτής.  Παρουσίαση Εργασίας (10 %).  Σκοπός αξιολόγησης: Η δημόσια παρουσίαση της  εργασίας σε κοινό  Κριτήρια αξιολόγησης: Η χρήση σύγχρονου λογισμικού  παρουσιάσεων, συμπεράσματα και θέσεις ομάδας σε ερευνητικά ερωτήματα, ορθό τόνο και σαφή ειρμό κατάλληλα για παρουσίαση, ετοιμότητα και πληρότητα απαντήσεων στις ερωτήσεις και τα σχόλια του κοινού. |

1. **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

|  |
| --- |
| *- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:*   * E-Marketing - Μάρκετινγκ Στο Διαδίκτυο, Σιώμκος, Γεώργιος Ι. , Τσιάμης, Ιωάννης, Εκδόσεις: Λιβάνης - Νέα Σύνορα, 2017 * Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ, Βλαχοπούλου Μάρω , Δημητριάδης Σέργιος, Εκδόσεις Rosili, 2014 * Οδηγός Social Media Marketing, Μαναριώτη Αγάπη, Εκδόσεις Rosili, 2019 * Social Media Marketing – Μάρκετινγκ με μέσα κοινωνική Δικτύωσης, Συγγραφέας: Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon, Μεταφραστής: Μαρία Κωνσταντοπούλου, Εκδόσεις Δίαυλος, 2016   *- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:*   * International Journal of Internet Marketing and Advertising * International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence * Journal of Interactive Marketing |