

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

| | | | |
|---|---|---------------------------|----------------|
| ΣΧΟΛΗ | ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ | | |
| ΤΜΗΜΑ | ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | | |
| ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ | | |
| ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ | 1605-230702 | ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ | 7 ^ο |
| ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ | Ψηφιακό Μάρκετινγκ | | |
| ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>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</i> | ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ | ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ | |
| <i>Διαλέξεις</i> | 3 | 5 | |
| <i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i> | | | |
| ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i> | Ειδικού Υπόβαθρου | | |
| ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: | - | | |
| ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ: | ΕΛΛΗΝΙΚΗ και ΑΓΓΛΙΚΗ | | |
| ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS | ΝΑΙ | | |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL) | http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210702_Per_Pshfiako-mkt.pdf | | |

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

Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των νέων δυνατοτήτων, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε τακτικό επίπεδο, και η σύνδεσή στους με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ ενός οργανισμού ή εταιρίας.

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. ΓΝΩΣΗ: περιγράψουν και να προσδιορίσουν τα κύρια εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ και να είναι σε θέση να τα εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο

2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: να διακρίνουν και να εξηγήσουν το αναγκαίο θεωρητικό υπόβαθρο στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ υιοθετώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση.

3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: ταξινομούν και να εξετάζουν τα κατάλληλα εργαλεία ανάλογα με τους στόχους μάρκετινγκ και τα δεδομένα της αγοράς Ανακαλύπτουν και να εξετάζουν οι φοιτητές τις ερευνητικές ευκαιρίες που προκύπτουν στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και να αποκτήσουν εμπειρία στον σχεδιασμό και στην εκπόνηση σχετικών ερευνητικών σχεδίων.

4. ΑΝΑΛΥΣΗ: σχεδιάζουν οι φοιτητές τις βασικές διαστάσεις της πρακτικής χρήσης εφαρμογών Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε οργανισμούς και τα κύρια ζητήματα που συνδέονται με την αποτελεσματική αξιοποίησή τους.

5. ΣΥΝΘΕΣΗ: οργανώσουν και να εξηγήσουν τις δυνατότητες που προσφέρουν τα Πληροφοριακά Συστήματα στην υλοποίηση ενεργειών στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού Μάρκετινγκ.

6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: συγκρίνουν και να αξιολογούν ψηφιακές στρατηγικές μάρκετινγκ. Κρίνουν τις παραδοσιακές ενέργειες μάρκετινγκ και τα ψηφιακά εργαλεία σε ένα e-marketing plan. Αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των ενεργειών ψηφιακού μάρκετινγκ

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
- ✓ Ομαδική Εργασία
- ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- ✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργου

2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το Marketing στοχεύει πλέον κυρίως το Διαδίκτυο και γενικότερα τα ψηφιακά μέσα ως μέσα προώθησης μηνυμάτων αλλά και ως πλατφόρμα υλοποίησης στρατηγικών για την εφαρμογή των βασικών θεωρητικών αρχών του. Το διαδίκτυο και γενικότερα οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν πλέον καθοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης των σημερινών αγορών και δημιουργούν νέα δεδομένα, νέες δυνατότητες και νέα εργαλεία για το μάρκετινγκ.

- Ψηφιακή Οικονομία και Ψηφιακή επανάσταση/Ψηφιακός μετασχηματισμός
- Εισαγωγή στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Έρευνα Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Προσωπικά δεδομένα (GDPR) και ψηφιακό μάρκετινγκ
- Ψηφιακός καταναλωτής/ Εμπειρία πελάτη/Ταξίδι πελάτη
- Ηλεκτρονικό Λιανεμπόριο και Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Ολοκληρωμένες Επικοινωνίες Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Online Τυπολόγια Διαφήμισης –Εφαρμογές

- Affiliatemarketing/viralmarketing/email marketing/video marketing
- Μάρκετινγκ Κοινωνικών Δικτύων (SocialMediaMarketing)
- Search Advertising/SEO/SEM/Google AdWords
- Στρατηγικός Σχεδιασμός Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατών (e-CRM)/Καινοτόμες Εφαρμογές και Τάσεις στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

| ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ. | Εισηγήσεις με διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη (forum, chat) μέσα από το Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης του Ιδρύματος | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|----------------------|--------------------------------|-----------|----|------------------------|----|--------------------------------|----|--------------------------------|----|------------------|----|--|--|------------------------|------------|
| ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές | Λογισμικό Δημιουργίας Ηλεκτρονικού Καταστήματος (ανοικτού κώδικα), Χρήση Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης, Λογισμικό Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης για την υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας (Moodle) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | <table border="1" data-bbox="571 757 1236 1160"> <thead> <tr> <th data-bbox="571 757 906 824">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="906 757 1236 824">ΦόρτοςΕργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="571 824 906 869">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="906 824 1236 869">39</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 869 906 902">Εργαστηριακές Ασκήσεις</td> <td data-bbox="906 869 1236 902">15</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 902 906 969">Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις</td> <td data-bbox="906 902 1236 969">16</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 969 906 1048">Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας</td> <td data-bbox="906 969 1236 1048">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1048 906 1081">Αυτοτελής Μελέτη</td> <td data-bbox="906 1048 1236 1081">40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1081 906 1126"></td> <td data-bbox="906 1081 1236 1126"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1126 906 1160">ΣύνολοΜαθήματος</td> <td data-bbox="906 1126 1236 1160">150</td> </tr> </tbody> </table> | | Δραστηριότητα | ΦόρτοςΕργασίας Εξαμήνου | Διαλέξεις | 39 | Εργαστηριακές Ασκήσεις | 15 | Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις | 16 | Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας | 40 | Αυτοτελής Μελέτη | 40 | | | ΣύνολοΜαθήματος | 150 |
| Δραστηριότητα | ΦόρτοςΕργασίας Εξαμήνου | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Διαλέξεις | 39 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Εργαστηριακές Ασκήσεις | 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ατομικές εργασίες/παρουσιάσεις | 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Προετοιμασία Ομαδικής Εργασίας | 40 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Αυτοτελής Μελέτη | 40 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ΣύνολοΜαθήματος | 150 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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. | I. Γραπτή τελική εξέταση (60%) η οποία περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής - Μελέτες Περίπτωσης <u>Σκοπός αξιολόγησης:</u> Ο έλεγχος κατανόησης των βασικών στοιχείων του μαθήματος. <u>Κριτήρια αξιολόγησης:</u> Η ορθότητα, η πληρότητα, η σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων. II. Ομαδική Εργασία (30%): Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις υπηρεσίες εκπαίδευσης/εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ στις ΜΜΕ III. Συμμετοχή και Ατομική προφορική Δοκιμασία (10%) Αφορά θέματα που έχουν καλυφθεί στις θεωρητικές διαλέξεις και εργαστηριακά μαθήματα. Η δοκιμασία γίνεται μέσα στην αίθουσα στο τέλος του εξαμήνου και πριν τις τελικές γραπτές εξετάσεις. <u>Σκοπός αξιολόγησης:</u> Ο έλεγχος της πορείας των σπουδαστών σε σχέση με τους εκπαιδευτικούς στόχους, ανατροφοδότηση και ενδεχόμενη τροποποίηση της διδασκαλίας (finetuning) Η εξεταστέα ύλη αναρτάται στο moodle και αφιερώνεται χρόνος πριν από την εξέταση στην επίλυση αποριών σχετικά με την εξεταστέα ύλη. | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|--|--|
| | Διατηρείται αρχείο τεκμηρίων εξέτασης φοιτητών μέχρι την λήψη του πτυχίου τους. Μετά την εξέταση διατίθεται χρόνος σε κάθε φοιτητή για διευκρίνιση των λαθών του και εξήγηση της βαθμολογίας του. |
|--|--|

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Βλαχοπούλου Μ. (2019). Ψηφιακό Μάρκετινγκ, ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ,Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196

Σιώμκος Γ. και Τσιάμης Ι. (2019). Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, BROKENHILLPUBLISHERSLTD, **Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86056119**

Συναφή επιστημονικά περιοδικά

- ✓ Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice
- ✓ Journal of Interactive Marketing
- ✓ International Journal of Internet Marketing and Advertising
- ✓ International Journal of Research in Marketing
- ✓ Social Networks: An International Journal of Structural Analysis