

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΕ707	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7^ο (Ζ')
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
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 στους εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
		3	6
<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 υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΣΤΟΥΣ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική ή Αγγλική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.uth.gr/courses/ECON_U_137/		

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

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι σε θέση :

- Να αναλύουν ψηφιακές στρατηγικές μάρκετινγκ βασιζόμενες στους online προτάσεις αξίας και την ανάπτυξη αγοράς/προϊόντος.
- Να γνωρίζουν τα κύρια εργαλεία του ψηφιακού μάρκετινγκ και να είναι σε θέση να τα εφαρμόσουν σε ένα αρχικό επίπεδο.
- Να επιλέγουν και να συνδυάζουν τα κατάλληλα εργαλεία ανάλογα με τους στόχους μάρκετινγκ και τα δεδομένα στους αγοράς.
- Να αναγνωρίζουν την αξία στους διαδραστικής επικοινωνίας μάρκετινγκ, του μάρκετινγκ μέσω των μηχανών αναζήτησης και των διαδραστικών δημοσίων σχέσεων για μια επιχείρηση
- Να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των ενεργειών ψηφιακού μάρκετινγκ.
- Να έχουν κατανοήσει και να μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα μεγάλο φάσμα εργαλείων και τεχνικών ανάλυσης και συσχέτισης δεδομένων από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να συλλέγουν δεδομένα από το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα.
- Να εφαρμόζουν μοντέλα μέτρησης αποτελεσματικότητας στους online διαφήμισης.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη στους γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (στους 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 στους ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

.....

Στους...

.....

Το μάθημα επιδιώκεται να αναπτύξει και καλλιεργήσει βασικές επαγγελματικές και κοινωνικές ικανότητες των φοιτητών, στους:

- 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
- Ικανότητα αναγνώρισης και αξιολόγησης επιχειρηματικών ευκαιριών
- Παραγωγή νέων ιδεών
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας
- Προαγωγή στους ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η παρουσίαση των νέων δυνατοτήτων που προσφέρει το διαδίκτυο, και γενικότερα οι ψηφιακές τεχνολογίες, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε τακτικό επίπεδο, και η σύνδεσή τους με τη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ στους οργανισμό ή εταιρίας. Στους το μάθημα επιδιώκει να εφοδιάσει στους φοιτητές με στους γνώσεις και στους δεξιότητες που απαιτούνται για να αναλύουν δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα και να εξάγουν χρήσιμα συμπεράσματα για ένα στέλεχος μάρκετινγκ. Οι φοιτητές θα συγκροτήσουν ομάδες και θα προωθήσουν δικές τους ιστοσελίδες ή σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

1. Μάρκετινγκ και διαδίκτυο-Συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο και τα λοιπά ψηφιακά μέσα
2. Ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα
3. Στρατηγική μάρκετινγκ στην ψηφιακή εποχή
4. Δημιουργία αξίας και content marketing
5. Διαχείριση κοινότητας (community management)- Engagement and conversions.
6. Τρόποι, μέσα και εργαλεία διαφήμισης στο διαδίκτυο (own, paid, earned media),
7. Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (search engine optimization),
8. Η χρήση του google analytics
9. Μέτρηση στους απόδοση μετατροπής (conversion rate), και στους απόδοσης στους επένδυσης (return of investment-ROI) σε ένα πολύ-καναλικό ψηφιακό περιβάλλον μάρκετινγκ.
10. Διαφήμιση στα κοινωνικά δίκτυα
11. Χρήση εργαλείων και τεχνικών για την ανάλυση και περιγραφή στους δομές των κοινωνικών δικτύων (social media metrics)
12. Email marketing
13. Παρουσίαση στους ομαδικής εργασίας

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο διδασκαλία Το μάθημα, είναι οργανωμένο σε δύο παράλληλες ροές: 1. Διαλέξεις, όπου αναλύονται οι έννοιες και μεθοδολογίες που αποτελούν τον κορμό του υλικού του μαθήματος 2. Εργαστήρια (studios), όπου οι φοιτητές εξοικειώνονται με μεθόδους και εργαλεία δημιουργικής σκέψης και ανάλυσης, διαβούλευσης, σύνθεσης ιδεών και
---	--

	σχεδίων οργανώνονται σε ομάδες – με έμφαση στη διεπιστημονικότητα																
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση ιστοσελίδας μαθήματος στην ηλεκτρονική πλατφόρμα e-class για ανάρτηση (α) σημειώσεων, (β) διαδικτυακών συνδέσμων, (γ) ανακοινώσεων, εργαλείων αναζήτησης και κοινωνικών δικτύων																
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i> <i>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.</i> <i>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τους αρχές του ECTS</i>	<table> <tr> <th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr> <tr> <td>Διαλέξεις</td><td>36</td></tr> <tr> <td>Σεμινάρια</td><td>4</td></tr> <tr> <td>Μελέτη βιβλιογραφίας</td><td>84</td></tr> <tr> <td>Εκπόνηση εργασίας</td><td>40</td></tr> <tr> <td>Παρουσίαση εργασίας</td><td>16</td></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> <tr> <td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>180</td></tr> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	36	Σεμινάρια	4	Μελέτη βιβλιογραφίας	84	Εκπόνηση εργασίας	40	Παρουσίαση εργασίας	16			Σύνολο Μαθήματος	180
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου																
Διαλέξεις	36																
Σεμινάρια	4																
Μελέτη βιβλιογραφίας	84																
Εκπόνηση εργασίας	40																
Παρουσίαση εργασίας	16																
Σύνολο Μαθήματος	180																
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή στους διαδικασίας αξιολόγησης</i> <i>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</i>	Γραπτή Εργασία και Δημόσια Παρουσίαση. Η αξιολόγηση των φοιτητών στηρίζεται κατά μείζονα βαθμό στην ομαδική εργασία που εκπονούν οι φοιτητές, ενώ ο τελικός βαθμός λαμβάνει υπ' όψη: - το γραπτό κείμενο στους εργασίας - την παρουσίαση στους εργασίας στο τέλος του εξαμήνου - την συμμετοχή στα εργαστηριακά μαθήματα - την συμμετοχή στους δραστηριότητες των μαθημάτων (διαλέξεις, επισκέψεις κ.λπ.)																

Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Στους Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.	Αξιολογείται η εστίαση, η ανάλυση του προβλήματος, η σύνθεση στους λύσης, η συνεργασία και ο καταμερισμός έργου στην ομάδα, η αρτιότητα στους παρουσιάσεις και η τεκμηρίωση των επιχειρημάτων. Οι φοιτητές ERASMUS ακολουθούν στους στους τρόπους εξέτασης, αλλά διδάσκονται και εξετάζονται στην αγγλική γλώσσα.
--	---

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

(1) Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Έκδοση 2019

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86053196

Συγγραφείς: Βλαχοπούλου Μάρω

(2) Ψηφιακό Μάρκετινγκ – Σχεδιασμός, Στρατηγικές και Πρακτικές

Έκδοση 2022

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 112690619

Συγγραφείς: Hanlon Annmarie