

MBAN647DG - Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Τίτλος μαθήματος	Ψηφιακό Μάρκετινγκ				
Κωδικός μαθήματος	MBAN 647DG				
Τύπος μαθήματος	Υποχρεωτικό Κατεύθυνσης				
Επίπεδο	2 ^{ος} κύκλος				
Έτος /Εξάμηνο	1 ^ο ή 2 ^ο / Χειμερινό, Εαρινό, Καλοκαιρινό				
Όνομα διδάσκοντα					
ECTS	6	Διαλέξεις/ εβδομάδα	1/εβδομάδα	Εργαστήρια/ εβδομάδα	N/A
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	Συμπλήρωση του συνολικού συστήματος μάρκετινγκ από τη σκοπιά του υπεύθυνου λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ. Εφαρμογή των διάφορων διαθέσιμων προσεγγίσεων στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Κατασκευή διάφορων προσεγγίσεων που είναι διαθέσιμες για το ψηφιακό μάρκετινγκ. Διαφοροποίηση των στρατηγικών στοιχείων ψηφιακού μάρκετινγκ και αξιολόγηση του ρόλου τους στον σημερινό επιχειρηματικό κόσμο. Αποτελεσματική διαχείριση μιας στρατηγικής εκστρατείας ψηφιακού μάρκετινγκ. Κρίση των ικανοτήτων επίλυσης προβλημάτων στο ψηφιακό μάρκετινγκ, καθιστώντας τους φοιτητές ελκυστικούς στους εργοδότες για πρακτική εμπειρία και αναλυτικές δεξιότητες. Περιήγηση στις πολυπλοκότητες του σύγχρονου επιχειρηματικού τοπίου, εστιάζοντας στον ψηφιακό μετασχηματισμό, τις παγκόσμιες τάσεις της αγοράς και τις ανατρεπτικές τεχνολογίες. Αξιολόγηση της σημασίας των ομάδων-στόχων και των προσωπικοτήτων κατά τη δημιουργία στρατηγικών, δημιουργικών αντιγράφων ψηφιακού μάρκετινγκ.				
Μαθησιακά αποτελέσματα	Ανάπτυξη ολοκληρωμένων χαρακτηριστικών των αποδεδειγμένων πλατφορμών, δικτύων και εργαλείων. Εντοπισμός προβλημάτων και διαμόρφωση βελτιστοποιημένων στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ για την επίλυση προβλημάτων. Σχεδιασμός συνεκτικού και πειστικού περιεχομένου, που διανέμεται αποτελεσματικά σε διάφορα ακροατήρια. Αξιοποίηση πληροφοριών, αναλύσεων, μετρήσεων και σχετικών KPIs για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Δημιουργία δημιουργικών ιδεών που μπορούν να οδηγήσουν σε καινοτόμες λύσεις μάρκετινγκ. Αποτελεσματική επικοινωνία με διαφορετικές ομάδες, παρουσίαση ιδεών με σαφήνεια και καθοδήγηση ομάδων με αυτοπεποίθηση.				

	Επικύρωση της τεχνογνωσίας τους στο ψηφιακό μάρκετινγκ για μια επιτυχημένη σταδιοδρομία στον τομέα.		
Προαπαιτούμενα	MBAN 650G	Συναπαιτούμενα	ΝΑΙ
Περιεχόμενο μαθήματος	Εβδομάδα 1 Το περιβάλλον του ψηφιακού μάρκετινγκ: Εξερεύνηση του θεμελιώδους οικοσυστήματος του ψηφιακού μάρκετινγκ, εστιάζοντας στην επιρροή του στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στις επιχειρηματικές στρατηγικές. Ο ψηφιακός καταναλωτής: Εξέταση των χαρακτηριστικών και των συμπεριφορών των ψηφιακών καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων των αλληλεπιδράσεών τους με διαδικτυακές πλατφόρμες και της αγοραστικής τους συμπεριφοράς. Εβδομάδα 2 Μάρκετινγκ περιεχομένου: Ανάλυση της δημιουργίας και της διανομής πολύτιμου περιεχομένου για την προσέλκυση και τη διατήρηση ενός σαφώς καθορισμένου κοινού. Μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: Συζήτηση στρατηγικών για αποτελεσματικές εκστρατείες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συμπεριλαμβανομένων τεχνικών εξατομίκευσης και αυτοματοποίησης. Εβδομάδα 3 Ιστοσελίδες και εμπειρία χρήστη (UX): Ανασκόπηση των βέλτιστων πρακτικών για τη δημιουργία φιλικών προς τον χρήστη, προσβάσιμων και ελκυστικών ιστότοπων. Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO): Κατανόηση στρατηγικών για τη βελτίωση της ορατότητας και της κατάταξης του ιστότοπου στις μηχανές αναζήτησης. Εβδομάδα 4 Διαφήμιση επί πληρωμή (PPC): Εξερεύνηση της χρήσης των πληρωμένων διαφημιστικών πλατφορμών για της προσέγγισης του κοινού-στόχου μέσω των μηχανών αναζήτησης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στρατηγικό μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων: Μελέτη στρατηγικών προσεγγίσεων για τη χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης για τη δέσμευση της μάρκας και την αύξηση του κοινού. Εβδομάδα 5 Διαδικτυακές κοινότητες και δέσμευση: Διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο δημιουργούνται και διατηρούνται οι διαδικτυακές κοινότητες, με έμφαση στη δέσμευση και την αλληλεπίδραση. Mobile Marketing: Εμβάθυνση στις στρατηγικές mobile-first, στις εφαρμογές και στις διαφημιστικές καμπάνιες για κινητά. Εβδομάδα 6 Μάρκετινγκ στο Metaverse: Εξερεύνηση των ευκαιριών μάρκετινγκ και της παρουσίας της μάρκας σε περιβάλλοντα εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας. Έλεγχος ψηφιακού μάρκετινγκ: Εκμάθηση μεθόδων για την εκτίμηση και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών ψηφιακού μάρκετινγκ. Εβδομάδα 7 Στρατηγική και στόχοι ψηφιακού μάρκετινγκ: Διαμόρφωση γενικών στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ ευθυγραμμισμένων με τους στόχους της εταιρείας.		

	Δημιουργία του στρατηγικού σχεδίου ψηφιακού μάρκετινγκ: Ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου, εφαρμόσιμου σχεδίου για εκστρατείες ψηφιακού μάρκετινγκ. Εβδομάδα 8 Διαχείριση πόρων και υποβολή εκθέσεων: Εστίαση στην κατανομή των πόρων, τον προϋπολογισμό και τις τεχνικές υποβολής εκθέσεων σε έργα ψηφιακού μάρκετινγκ. Μετρήσεις και αναλύσεις ψηφιακού μάρκετινγκ: Ανάλυση εργαλείων και τεχνικών για τη μέτρηση της επιτυχίας του ψηφιακού μάρκετινγκ. Εβδομάδα 9 Ανατροπή στο ψηφιακό μάρκετινγκ: Εξερεύνηση του πώς η καινοτομία και οι αναδυόμενες τεχνολογίες διαταράσσουν τις παραδοσιακές προσεγγίσεις μάρκετινγκ. Μετασχηματισμός και διαχείριση αλλαγών: Μελέτη στρατηγικών για την αποτελεσματική διαχείριση των διαδικασιών ψηφιακού μετασχηματισμού. Εβδομάδα 10 Ηθικοί προβληματισμοί στο ψηφιακό μάρκετινγκ: Συζήτηση των ηθικών επιπτώσεων και ευθυνών στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Νομικές πτυχές του ψηφιακού μάρκετινγκ: Κατανόηση των νομικών περιορισμών και κανονισμών που επηρεάζουν τις πρακτικές ψηφιακού μάρκετινγκ. Εβδομάδα 11 Μάρκετινγκ επιρροής: Εξέταση του ρόλου και του αντίκτυπου των influencers στις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ. Branding στην ψηφιακή εποχή: Εστίαση στην οικοδόμηση και διατήρηση της διαδικτυακής φήμης και ταυτότητας μιας μάρκας. Εβδομάδα 12 Μελλοντικές τάσεις στο ψηφιακό μάρκετινγκ: Πρόβλεψη των αναδυόμενων τάσεων και προετοιμασία για τις μελλοντικές εξελίξεις στον τομέα. Ανάπτυξη καριέρας στο ψηφιακό μάρκετινγκ: Εξερεύνηση των ευκαιριών καριέρας και των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την επιτυχία στο ψηφιακό μάρκετινγκ
Μεθοδολογία διδασκαλίας	Δραστηριότητες μάθησης Διαλέξεις και προσκεκλημένες διαλέξεις: Συνομιλία με εμπειρογνώμονες του κλάδου και καθηγητές για να απόκτηση γνώσεων σχετικά με τις τρέχουσες πρακτικές και τάσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ. Ανάλυση μελέτης περίπτωσης: Αξιολόγηση σεναρίων πραγματικού κόσμου για κατανόηση της λήψης στρατηγικών αποφάσεων και της εφαρμογής των θεωριών μάρκετινγκ. Ομαδικές συζητήσεις: Διευκόλυνση διαδραστικών συζητήσεων για την ανταλλαγή απόψεων και την εμπάθυνση της κατανόησης του υλικού του μαθήματος. Εργαστήρια και προσομοιώσεις: Εφαρμογή πρακτικών ασκήσεων που προσομοιώνουν πραγματικές προκλήσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ. Διαδραστικές εργασίες: Σχεδιασμός και εκτέλεση εκστρατειών ψηφιακού μάρκετινγκ για την πρακτική εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων. Σεμινάρια υπό την καθοδήγηση των φοιτητών: Διδασκαλία από ομότιμους για να εκφράσουν και να ενισχύσουν την κατανόηση βασικών εννοιών.

	Επισκέψεις σε εταιρείες μάρκετινγκ: Παρατήρηση και εκμάθηση από πραγματικές επιχειρήσεις μάρκετινγκ εκτός της αίθουσας διδασκαλίας. Μέθοδοι διδασκαλίας Μικτή προσέγγιση μάθησης: Συνδυασμός παραδοσιακών διαλέξεων με διαδικτυακούς πόρους για μια ολιστική μαθησιακή εμπειρία. Αναποδογυρισμένη τάξη: Ενθάρρυνση των μαθητών να προετοιμάζουν σημειώσεις σχετικά με το περιεχόμενο του μαθήματος πριν από το μάθημα για διεξοδικές συζητήσεις στην τάξη. Μάθηση βασισμένη σε προβλήματα (PBL): Χρήση προβλημάτων που προκαλούν σκέψη για προώθηση της μάθησης και εμπλοκή των μαθητών στην ενεργό επίλυση προβλημάτων. Διδασκαλία από ομότιμους: Οι φοιτητές διδάσκουν ο ένας τον άλλον, ενισχύοντας την κατανόηση μέσω των εξηγήσεων και των προοπτικών των ομότιμων. Ασκήσεις παιχνιδιού ρόλων: Προσομοίωση σεναρίων μάρκετινγκ όπου οι φοιτητές μπορούν να αναλάβουν ρόλους και να λάβουν στρατηγικές αποφάσεις. Τεχνικές αφήγησης: Χρήση αφηγήσεων για μεταφορά σύνθετων εννοιών μάρκετινγκ με ελκυστικό τρόπο. Διαδραστικά σεμινάρια: Παροχή πρακτικής καθοδήγησης μέσω μικρών έργων και συνεδριών αντιμετώπισης προβλημάτων.
Βιβλιογραφία	Digital Marketing Strategy, Planning & Disruption, Annmarie Hanlon, SAGE (3rd ed.), 2025, Χάρτινη συσκευασία: 9781529680430 Ηλεκτρονική έκδοση: 9781036202194 Digital Marketing, Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick, Pearson, 2023, Χάρτινη συσκευασία: 9781292400969, Ηλεκτρονική έκδοση: 9781292401003
Αξιολόγηση	Εβδομαδιαίες εργασίες: Αξιολόγηση της κατανόησης των φοιτητών για τα εβδομαδιαία θέματα μέσω τακτικών εργασιών. Ομαδική εργασία: Συνεργασία σε ένα ολοκληρωμένο έργο ψηφιακού μάρκετινγκ που απαιτεί κριτική σκέψη και ομαδική εργασία. Ενδιάμεσες εξετάσεις: Αξιολόγηση της κατανόησης του πρώτου μισού του μαθήματος μέσω γραπτής εξέτασης. Τελική εξέταση: Ολοκληρωμένη αξιολόγηση ολόκληρου του περιεχομένου του μαθήματος. Αναστοχαστικά ημερολόγια: Ενθάρρυνση των φοιτητών να καταγράφουν και να προβληματίζονται σχετικά με τη μαθησιακή τους πορεία και τις πρακτικές τους εμπειρίες. Κουίζ στην τάξη: Διεξαγωγή απροειδοποίητων κουίζ για να ενθαρρύνεται η συμμετοχή και η άμεση ανατροφοδότηση. Δημιουργικές παρουσιάσεις: Παρουσίαση της ικανότητας των φοιτητών να προτείνουν καινοτόμες λύσεις μάρκετινγκ και πειστική επικοινωνία σε ένα επίσημο πλαίσιο παρουσίασης.
Γλώσσα	Ελληνική