ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1)ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Διοίκησης Επιχειρήσεων		
ΤΜΗΜΑ	Διοίκησης		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ος Κύκλος		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	MBAN-647G	**ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**	Χειμερινό / Εαρινό / Καλοκαιρινό
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ		
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**
		2.5	6
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*	Ειδίκευσης γενικών γνώσεων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	MBAN-650G		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2)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*

- 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.

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	*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	*Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*
Λήψη αποφάσεων	*Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*
Αυτόνομη εργασία	*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*
Ομαδική εργασία	*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον	*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον	*……*
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	*Άλλες…*
	…….

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

(3)ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

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

(4)ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<table>
<tr><td>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ
Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</td><td>Δια Ζώσης</td></tr>
<tr><td>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</td><td>Χρήση ΤΠΕ
Επικοινωνία με Φοιτητές</td></tr>
<tr><td>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</td><td>
<table>
<tr><th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr>
<tr><td>Διαλέξεις</td><td>35</td></tr>
<tr><td>Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας,</td><td>29</td></tr>
<tr><td>Συγγραφή εργασίας</td><td>40</td></tr>
<tr><td>Εκπόνηση μελέτης</td><td>40</td></tr>
<tr><td>Εξετάσεις</td><td>6</td></tr>
<tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>150</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>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.</td><td>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.</td></tr>
</table>

(5)ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Υποχρεωτικά βιβλία/αναγνώσματα:

Τίτλος	Συγγραφέας(είς)	Εκδότης	Έτος	ISBN
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

Συνιστώμενα εγχειρίδια / Ανάγνωση:

Τίτλος	Συγγραφέας(είς)	Εκδότης	Έτος	ISBN
Digital Marketing	Raj Sachdev	Mc Graw Hill	2024	ISBN10: 1264608691 ISBN13: 9781264608690
Search Hustle: Digital Marketing Strategies	Nozak William	Independently published	2023	979-8378463664
The SAGE Handbook of Digital & Social Media Marketing	Annmarie Hanlon & Tracy L. Tuten	SAGE	2022	9781529752168