**ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ΣΧΟΛΗ** | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ | | | | |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | | | | |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ | | | | |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **B06** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | | **Επιλογής/ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ** | |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ 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 | | | 3 | | 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* | ME | | | | |
| **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 συνέχεια των μαθημάτων που σχετίζονται με το ψηφιακό μάρκετινγκ και τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας. Στόχος του είναι κορμού η πλέον ολοκληρωμένη προσέγγιση της επαφής με τον πελάτη μέσα από το ευρύτερο σύνολο των ψηφιακών καναλιών. Η θεματολογία του μαθήματος περιλαμβάνει χρήση εναλλακτικών πηγών περιεχομένου, μορφές περιεχομένου, περιεχόμενο και αγοραστικές διαδρομές, storytelling, διαχείριση περιεχομένου, δημιουργία εμπιστοσύνης στα ψηφιακά μέσα, παράλληλη χρήση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας, πώλησης, εξυπηρέτησης πελάτη (multi- & omni-channel), εμπειρία πελάτη (customer experience).   * Με την επιτυχή ολοκλήρωση της ενότητας αυτής ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση: * Να αναγνωρίζει τις μορφές και τη διαδικασία δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου για διαφορετικά μέσα * Να διακρίνει τις ιδιαιτερότητες των διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας, πώλησης, εξυπηρέτησης πελάτη * Να εκτιμά την έννοια της εμπιστοσύνης και τους τρόπους ενδυνάμωσής της σε ψηφιακό περιβάλλον * Να συνθέτει μια ολοκληρωμένη και συντονισμένη στρατηγική και πρόγραμμα δράσης | |
| **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…*  *…….* |
| * Αυτόνομη εργασία * Ομαδική εργασία * Σχεδιασμός και διαχείριση έργων * Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης * Λήψη αποφάσεων | |

|  |
| --- |
| 1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** |
| * περιεχόμενο και στρατηγική μάρκετινγκ ψηφιακού περιεχομένου * χρήση εναλλακτικών πηγών περιεχομένου, * μορφές περιεχομένου * περιεχόμενο και αγοραστικές διαδρομές * storytelling * προσαρμογή περιεχομένου σε κάθε κανάλι * διαχείριση περιεχομένου * δημιουργία εμπιστοσύνης στα ψηφιακά μέσα * παράλληλη χρήση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας * πώλησης, εξυπηρέτησης πελάτη * εμπειρία πελάτη |

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 από τα ειδικα θεματα διαδικτυακου μαρκετινγ**κ**.  Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες που σχετίζονται με τα ειδικα θεματα διαδικτυακου μαρκετινγ. 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:*   * Βλαχοπούλου Μ. και Δημητριάδης Σ. (2014). Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili. * 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 Interactive Multimedia and Artificial Intelligence * Journal of Interactive Marketing * International Journal of Internet Marketing and Advertising |