

Τίτλος Μαθήματος	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ				
Κωδικός Μαθήματος	MBA645				
Τύπος μαθήματος	Επιλεγόμενο				
Επίπεδο	Μάστερ (2 ^{ος} κύκλος)				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 ^ο Έτος / 3 ^ο Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Θα ανακοινωθεί				
ECTS	10	Διαλέξεις / εβδομάδα	Μέχρι 6 τηλεσυναντήσεις	Εργαστήρια / Εβδομάδα	Κανένα
Στόχος Μαθήματος	<p>Το μάθημα θα παρέχει την επισκόπηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν και των συναφών θεμάτων. Καλύπτει πολλά θέματα σχετικά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν, συμπεριλαμβανομένων των βασικών γνώσεων με το ηλεκτρονικό επιχειρείν και τη σχετική τεχνολογία πληροφοριών, τα πρότυπα ηλεκτρονικού επιχειρείν, την ηλεκτρονική πληρωμή, το ηλεκτρονικό απόθεμα και τη διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού. Εξάλλου, για την επιχειρηματική χρήση, το μάθημα αυτό περιλαμβάνει επίσης την κατανόηση της αποδεσμοποίησης της εταιρίας, της οντολογίας μοντέλου ηλεκτρονικού επιχειρείν και της εφαρμογής του ηλεκτρονικού επιχειρείν στην πράξη. Το μάθημα εξετάζει επίσης τη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ, την εφαρμογή και τις εκτελεστικές εκτιμήσεις για τις αγορές BtoB (Επιχείρηση με Επιχείρηση) και BtoC (Επιχείρηση με Πελάτες) και παρέχει λεπτομερή κατανόηση όλων των ψηφιακών καναλιών και διαδικτυακών πλατφόρμων. Οι συμμετέχοντες θα ολοκληρώσουν το μάθημα με μια ολοκληρωμένη γνώση και εμπειρία σχετικά με τον τρόπο ανάπτυξης μιας στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου / ψηφιακού μάρκετινγκ</p>				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Αναμένεται, ότι με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αξιολογήσουν την τρέχουσα κατάσταση των ιδεών του ηλεκτρονικού επιχειρείν και να παρακολουθήσουν την εξέλιξή του. • Αναλύσουν τα βασικά ζητήματα εφαρμογής μαζί με τον σχεδιασμό του συστήματος ηλεκτρονικού επιχειρείν. • Αναπτύξουν το ηλεκτρονικό επιχειρείν χρησιμοποιώντας τα πρότυπα ηλεκτρονικού επιχειρείν. • Αναλύσουν τις βέλτιστες πρακτικές στην ανάπτυξη του συστήματος ηλεκτρονικού επιχειρείν. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Αναλύσουν την τεχνολογία αποθήκευσης δεδομένων των επιχειρήσεων και ζητήματα διαχείρισης για συστήματα ηλεκτρονικού επιχειρείν. • Επιδεικνύουν μια ολοκληρωμένη κατανόηση του τοπίου ψηφιακού μάρκετινγκ και επιπτώσεις για τις επιχειρήσεις. • Αναλύουν και να αξιολογούν το ψηφιακό μάρκετινγκ χρησιμοποιώντας το Google Analytics και άλλα εργαλεία KPI. • Σχεδιάσουν και παρουσιάσουν μια στρατηγική ηλεκτρονικού επιχειρείν / ψηφιακού μάρκετινγκ για μια επιχείρηση. 		
Προαπαιτούμενα	Κανένα	Συναπαιτούμενα	Κανένα
Περιεχόμενο Μαθήματος	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικά μοντέλα και έννοιες ηλεκτρονικού εμπορίου • Υποδομή επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου: Η διαδικτυακή, Web και κινητή πλατφόρμα • Δημιουργία επιχειρηματικής παρουσίας ηλεκτρονικού εμπορίου: ιστότοποι, κινητές τοποθεσίες και εφαρμογές • Επιχειρησιακή ασφάλεια ηλεκτρονικού εμπορίου και συστήματα πληρωμών • Έννοιες μάρκετινγκ και διαφήμισης ηλεκτρονικού εμπορίου • Κοινωνικό, κινητό και τοπικό μάρκετινγκ • Online Retail και Υπηρεσίες • Περιεχόμενο και μέσα στο διαδίκτυο • Κοινωνικά δίκτυα, δημοπρασίες και πύλες • B2B Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Συνεργατικό Εμπόριο • Εισαγωγή στο ψηφιακό μάρκετινγκ: η εμπειρία του πελάτη στο διαδίκτυο • Μορφές επικοινωνιών ψηφιακού μάρκετινγκ και ειδικά θέματα στις επικοινωνίες ψηφιακού μάρκετινγκ: λίστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και κινητό μάρκετινγκ (που επιτρέπονται μέσω μάρκετινγκ βάσεων δεδομένων), κοινωνικά μέσα, SEO (βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης), βελτιστοποίηση ιστιότοπων, ροή κλικ και δοκιμές on-line 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Μορφές KPI όπως το Google Analytics • Επικοινωνίες μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών έναντι επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων • Ψηφιακοί δίαυλοι μάρκετινγκ ως ουσιαστικό μέρος των αποτελεσματικών εκστρατειών μάρκετινγκ: χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Πώς να χρησιμοποιήσετε ψηφιακά μέσα (όπως μια σελίδα στο Facebook, σύνδεσμος YouTube και βίντεο και κωδικοί QR) για να υποστηρίξετε την ψηφιακή καμπάνια. • Σχεδιάστε την καμπάνια: α) τους στόχους προγραμματισμού και καμπάνιας, β) τον προϋπολογισμό, γ) το κοινό-στόχος, δ) τις τακτικές και ε) τις αναλύσεις ιστού / μετρήσεις για να μετρήσετε την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας. 		
Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση		
Βιβλιογραφία	<p>Βλαχοπούλου Μάρω , Δημητριάδης Σέργιος. Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ Καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό περιβάλλον. Εκδοτικός Οίκος Rosili</p> <p>Carol Guercio Traver and Kenneth C. Laudon. E-commerce business. technology. society. Pearson UK</p> <p>Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. <i>Digital Marketing</i>. Pearson UK.</p> <p>Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. <i>Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice</i>, Pearson Education Ltd, England</p> <p>Dodson, I., <i>The art of digital marketing: the definitive guide to creating strategic, targeted, and measurable online campaigns</i>. John Wiley & Sons.</p> <p>Strauss, J. and Frost, R., <i>E-marketing</i>. Prentice Hall Press.</p>		
Αξιολόγηση	Εξετάσεις	50%	
	Συνεχιζόμενες Δραστηριότητες Αξιολόγησης	50%	
Γλώσσα	Ελληνική		