

Τίτλος Μαθήματος	Ψηφιακό Μάρκετινγκ				
Κωδικός Μαθήματος	MRD335				
Τύπος μαθήματος	Επιλογής				
Επίπεδο	Πτυχίο (1 <sup>ος</sup> κύκλος)				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	3 <sup>ο</sup> Έτος/6 <sup>ο</sup> Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Θα ανακοινωθεί				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	Μέχρι και 6 τηλεσυναυτήσεις	Εργαστήρια / εβδομάδα	Κανένα
Στόχος Μαθήματος	<p>Ο φοιτητής θα είναι σε θέση να αξιολογήσει, επαγγελματικά, διαδικτυακά μοντέλα μάρκετινγκ, ως επίσης και σχετικά στοιχεία, στρατηγικές και χρηματοοικονομική τους εκμετάλλευση.</p> <p>Ο φοιτητής θα είναι σε θέση να αναπτύξει σχετικές προσεγγίσεις και τακτικές του ψηφιακού μάρκετινγκ.</p>				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος οι φοιτητές θα πρέπει να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εφαρμόσουν τις θεωρητικές βάσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ σε διάφορες επιχειρηματικές περιστάσεις</li> <li>• Συζητήσουν το επιχειρηματικό περιβάλλον από την προοπτική του ψηφιακού μάρκετινγκ.</li> <li>• Εφαρμόσουν ψηφιακές δεξιότητες μάρκετινγκ που έχουν αποκτήσει στην τάξη μέσω της χρήσης των τρεχουσών βέλτιστων πρακτικών και της μελέτης της αγοράς.</li> <li>• Εφαρμόσουν πρακτικές που σχετίζονται με το ψηφιακό μάρκετινγκ χρησιμοποιώντας σύγχρονα παραδείγματα της αγοράς.</li> <li>• Συζητήσουν τις πολύπλοκες και προκλήσεις στον τομέα του ψηφιακού μάρκετινγκ</li> </ul>				
Προαπαιτούμενα	MRD100, MRD200	Συναπαιτούμενα	Κανένα		
Περιεχόμενο Μαθήματος	Το μάθημα γεφυρώνει τα ψηφιακά και άλλα στοιχεία του μάρκετινγκ, παρέχοντας τα θεμέλια για κερδοφόρα				

	<p>ενσωμάτωση αυτών των δύο βασικών στοιχείων στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον.</p> <p>Τα βασικά θέματα που πρέπει να καλυφθούν περιλαμβάνουν ορισμούς του ψηφιακού μάρκετινγκ, του Διαδικτύου. Επεξήγηση των τάσεων. Νομικά και ηθικά ζητήματα, το μάρκετινγκ σχέσεων, τη σημασία της αλληλεπίδρασης, επιπτώσεις, στρατηγική μάρκετινγκ στο διαδίκτυο, γράφοντας για το διαδίκτυο. Ψηφιακά στοιχεία μάρκετινγκ, συμπεριφορά του καταναλωτή στο διαδίκτυο, εκστρατείες στο διαδίκτυο, μηχανές αναζήτησης, άμεσο μάρκετινγκ, διαδικτυακές στρατηγικές πώλησης, δημοπρασίες και άλλες προσεγγίσεις, το μέλλον του ψηφιακού μάρκετινγκ.</p> <p>Λεπτομέρειες προγράμματος:</p> <p>Ο νέος ψηφιακός μας κόσμος</p> <p>Ο νέος κόσμος της εμπορίας μέσω σύγχρονων ψηφιακών στρατηγικών Ανάλυση της παγκόσμια κατάστασης του σύγχρονου ψηφιακού οικοσυστήματος.</p> <p>Τα πρώτα βήματα για καλό ψηφιακό μάρκετινγκ.</p> <p>Πλαίσια ψηφιακής επιτυχίας. Η σημασία του περιεχομένου.</p> <p>Στρατηγικές μηχανών αναζήτησης (SEM). Μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης. 'Κινητό μάρκετινγκ' (Mobile Marketing).</p> <p>Εφαρμογές για κινητές συσκευές SMS και MMS.</p> <p>Φορητές τεχνολογίες για παρακολούθηση και LBS.</p> <p>Σύγκλιση συσκευών και βίντεο μάρκετινγκ. Βήματα για σχετικό σχεδιασμό.</p> <p>Οικοδόμηση κοινότητας και προώθηση.</p> <p>Η καμπάνια κοινωνικής δικτύωσης. Στρατηγική κοινωνικής δικτύωσης. Δημιουργία ιστοσελίδας που φέρνει αποτελέσματα</p> <p>Η σπουδαιότητα της μέτρησης: Analytics</p> <p>Νομοθεσία του ψηφιακού μάρκετινγκ.</p> <p>Ψηφιακή ηγεσία. Καινοτομία.</p>
<p>Μεθοδολογία Διδασκαλίας</p>	<p>Εξ' αποστάσεως εκπαίδευση</p>
<p>Βιβλιογραφία</p>	<p>Greenberg E., Kates A., (2014) "Strategic Digital Marketing", Mc Graw Hill</p> <p>Διαδικτυακές πηγές του καθηγητή</p>

Αξιολόγηση	Τελική Εξέταση	50%	
	Εργασίες/Συνεχιζόμενες Δραστηριότητες Αξιολόγησης	50%	
		100%	
Γλώσσα	Ελληνικά		