ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- **Κωδικός αριθμός του μαθήματος**
  8150
- **Τύπος του μαθήματος (υποχρεωτικό, μάθημα επιλογής)**
  Υποχρεωτικό κατεύθυνσης
- **Επίπεδο του μαθήματος (π.χ. πρώτου, δεύτερου ή τρίτου κύκλου, υπο-επίπεδο, εάν υφίσταται)**
  Δ.Ε.
- **Έτος σπουδών**
  2013-2014
- **Εξάμηνο/τρίμηνο παράδοσης του μαθήματος**
  6ο εξάμηνο
- **Αριθμός κατανεμόμενων πιστωτικών μονάδων ECTS**
  6 ECTS
- **Όνομα του διδάσκοντος/των διδασκόντων**
  ΑΔΑΜ ΒΡΕΧΟΠΟΥΛΟΣ, Επίκουρος Καθηγητής
- **Μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος**
  Η επίδραση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (“Information and Communication Technologies”) στα θεωρητικά υποδείγματα, στις στρατηγικές και στις πρακτικές του Μάρκετινγκ, έχει δημιουργήσει την ανάγκη εκπαίδευσης πάνω στη νέα γνώση που αναδύεται στο γνωστικό αντικείμενο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ. Η επιστημονική έρευνα έχει αναδείξει τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες εφαρμογής και επέκτασης της υπάρχουσας γνώσης από το χώρο του Μάρκετινγκ στο πλαίσιο των νέων συνθηκών, απαιτήσεων και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του Ψηφιακού περιβάλλοντος κυρίως από την εμφάνιση του Web έως και σήμερα. Ενδεικτικά, η διάχυση της χρήσης εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας και υλοποίησης αγορών, η εισαγωγή ηλεκτρονικών εφαρμογών με αυξημένες δυνατότητες παραμετροποίησης και εξατομίκευσης και η διείσδυση προηγμένων εφαρμογών συλλογής, επεξεργασίας και αξιοποίησης δεδομένων, έχουν δημιουργήσει νέες περιοχές έρευνας και σχετικά θεωρητικά αλλά και πρακτικά ζητήματα. Τέλος, ενώ το μάθημα υιοθετεί μια διεπιστημονική προσέγγιση (δηλ. Μάρκετινγκ και Πληροφοριακά Συστήματα), δεν έχει «τεχνικό» χαρακτήρα και συνεπώς δεν απαιτεί προηγμένες γνώσεις Πληροφορικής από τους φοιτητές. Τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος συνοψίζονται ως εξής:

- Να αποκτήσουν οι φοιτητές το αναγκαίο θεωρητικό υπόβαθρο στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ υιοθετώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση.
- Να αναγνωρίσουν οι φοιτητές τις ερευνητικές ευκαιρίες που προκύπτουν στο χώρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και να αποκτήσουν εμπειρία στον σχεδιασμό και στην εκπόνηση σχετικών ερευνητικών σχεδίων.
- Να κατανοήσουν οι φοιτητές τις βασικές διαστάσεις της πρακτικής χρήσης εφαρμογών Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε οργανισμούς και τα κύρια ζητήματα που συνδέονται με την αποτελεσματική αξιοποίησή τους.
- Να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις δυνατότητες που προσφέρουν τα Πληροφοριακά Συστήματα στην υλοποίηση ενεργειών στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού Μάρκετινγκ.

- **Τρόπος παράδοσης (πρόσωπο με πρόσωπο, εκπαίδευση εξ αποστάσεως)**

  Πρόσωπο με πρόσωπο διαλέξεις
- **Προ-απαιτούμενα και συν-απαιτούμενα**

  Δ.Ε.
- **Συνιστώμενες προαιρετικές εκπαιδευτικές συνιστώσες του προγράμματος σπουδών**
  - Χρήση knowledge portals
  - Χρήση learning portals
  - Μελέτη ερευνητικών άρθρων
- **Περιεχόμενα του μαθήματος**

  Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές *θεματικές ενότητες:*
  - Περιγραφή Μαθήματος
  - Εισαγωγή στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ
  - Έρευνα Ψηφιακού Μάρκετινγκ
  - Ηλεκτρονικό Λιανεμπόριο και Ψηφιακό Μάρκετινγκ
  - Συμπεριφορά Καταναλωτή και Ψηφιακό Μάρκετινγκ
  - Ολοκληρωμένες Επικοινωνίες Ψηφιακού Μάρκετινγκ
  - Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατών (e-CRM)
  - Στρατηγικός Σχεδιασμός Ψηφιακού Μάρκετινγκ
  - Ψηφιακό Μάρκετινγκ και Πωλήσεις
  - Καινοτόμες Εφαρμογές και Τάσεις στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ

- **Συνιστώμενη ή απαιτούμενη βιβλιογραφία προς μελέτη**

  📖 Σιώμκος Γ. και Τσιάμης, Ι. (2004) Στρατηγικό Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

  📖 Βλαχοπούλου, Μ. και Δημητριάδης Σ. (2013) Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

- **Σχεδιασμένες μαθησιακές δραστηριότητες και διδακτικές μέθοδοι**
  Εισηγήσεις, παρουσίαση και συζήτηση επιστημονικών άρθρων (papers) και μελετών περιπτώσεων (case studies), εργαστηριακά μαθήματα
- **Μέθοδοι αξιολόγησης και κριτήρια**
  Τελική γραπτή εξέταση 70%, ομαδική εργασία 30%. Η επιτυχής ολοκλήρωση του μαθήματος προυποθέτει βαθμό >=5 στην γραπτή εξέταση.
- **Γλώσσα διδασκαλίας**
  Ελληνική
- **Πρακτική άσκηση**
  Δ.Ε.