

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>		<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>ΔΕΥΤΕΡΟ - ΕΑΡΙΝΟ</b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Διοίκηση και ψηφιακό μάρκετινγκ σε δημόσιους οργανισμούς και επιχειρήσεις		
<b>ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ/Η ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ</b>	Επίκουρος Καθηγητής Νικόλαος Αποστολόπουλος		
<b>ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</b>	e-mail: anikos@uop.gr τηλ. Γραφείου: 2710 230128, κιν. +306979772063 Ωρες γραφείου : Πέμπτη & Παρασκευή 15:00-18:00		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
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			
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>3</b>	<b>7</b>
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΕΠΙΛΟΓΗΣ		
Γενικού Υποβάθρου , Ειδικού Υπόβαθρου, Ειδικότητας			
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Κανένα		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>
<p>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.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Κριτικά προσδιορίζουν τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ για την επιτυχία του μάρκετινγκ στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.</li> <li>2. Διαχειρίζονται τις σχέσεις με τους πελάτες σε όλα τα ψηφιακά κανάλια και να δημιουργήσουν καλύτερες σχέσεις με τους πελάτες και πολίτες.</li> <li>3. Κατασκευάσουν ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ για δημόσια υπηρεσία ή οργανισμό, ξεκινώντας από την ανάλυση SWOT και προσδιορίζοντας μια ομάδα-στόχο.</li> <li>4. Κριτικά προσδιορίζουν τα ψηφιακά κανάλια, τα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς τους.</li> <li>5. Εφαρμόζουν με τρόπο συνεκτικό και αποτελεσματικό στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ.</li> </ol>

Ο στόχος του μαθήματος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις γνώσεις σχετικά με τα πλεονεκτήματα του ψηφιακού μάρκετινγκ και τη σημασία του για την επιτυχία του μάρκετινγκ στις δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμούς ως βασικό συστατικό του ψηφιακού μετασχηματισμού. Οι φοιτητές μέσω της διδασκαλίας αυτού του μαθήματος θα είναι σε θέση να αναπτύξουν ένα ψηφιακό σχέδιο μάρκετινγκ, να κάνουν ανάλυση e-SWOT, να ορίσουν μια συγκεκριμένη ομάδα κοινού, να εισαχθούν σε διάφορα ψηφιακά κανάλια και να μάθουν τα πλεονεκτήματα και τους τρόπους ολοκλήρωσής τους. Επιπλέον μέσω αυτού του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίζουν πώς να ενσωματώνουν διαφορετικά ψηφιακά μέσα και να δημιουργούν σωστό περιεχόμενο μάρκετινγκ. Θα εφαρμόζουν την μέτρηση των αποτελεσμάτων του ψηφιακού μάρκετινγκ και θα διδαχθούν τις μελλοντικές τάσεις που θα επηρεάσουν την εξέλιξη του ψηφιακού μάρκετινγκ. Η εφαρμογή των γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων που θα αποκτηθούν, θα βοηθήσει τα μελλοντικά διευθυντικά στελέχη των δημόσιων υπηρεσιών και οργανισμών στη διαμόρφωση ψηφιακού σχεδίου μάρκετινγκ προκειμένου να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις επιδόσεις του ψηφιακού μάρκετινγκ.

Τα θεματικά-γνωστικά πεδία που καλύπτονται στο συγκεκριμένο μάθημα είναι τα ακόλουθα:

- ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
- ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ - ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ - ΧΑΡΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΠΕΛΑΤΗ
- ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
- ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ
- ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΗΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ - SEO
- SEARCH ADVERTISING - PAY PER CLICK
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΚΤ - SOCIAL MEDIA ΜΚΤ
- MOBILE MARKETING & APPS
- ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΨΜ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ
- ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

#### 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
- ✓ Λήψη αποφάσεων
- ✓ Αυτόνομη εργασία
- ✓ Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- ✓ Ομαδική εργασία
- ✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

έχουν σημειωθεί με το σύμβολο √

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

#### ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ-ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ
2. ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
3. ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ - ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ - ΧΑΡΤΗΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΠΕΛΑΤΗ
4. ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
5. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
6. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ
7. ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΗΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ - SEO
8. SEARCH ADVERTISING - PAY PER CLICK
9. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΚΤ - SOCIAL MEDIA ΜΚΤ
10. MOBILE MARKETING & APPS
11. ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΨΜ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ
12. ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
13. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

<b>4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>		
<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λ.π.</i>	<p>Με διαλέξεις σε αίθουσα διδασκαλίας (διαζώσης εκπαίδευση) και εξ αποστάσεως μέσω της πλατφόρμας τηλεδιάσκεψης Microsoft Teams. (διαλέξεις, συζητήσεις με τους συμμετέχοντες στο ΠΜΣ χρησιμοποιώντας την Σωκρατική μέθοδο, εξέταση μελετών περιπτώσεων (case studies) για πρακτική εφαρμογή, εξέταση σε βάθος ερευνητικών εργασιών δημοσιευμένων σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά (papers published in international journals) και περιλήψεων βιβλίων ομαδική εργασία σε μελέτη περίπτωσης)</p>	
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Η διδασκαλία των μαθημάτων γίνεται με τη χρήση Υπολογιστή, ο οποίος συνδέεται με τον αντίστοιχο βιντεοπροβολέα (projector).</li> <li>-Οι διαφάνειες-σημειώσεις των παραδόσεων, διάφορα εκπαιδευτικά βίντεο καθώς και οδηγίες εκπόνησης εργασιών προσφέρονται σε ηλεκτρονική μορφή στους φοιτητές μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης (e-class)</li> <li>-Άρθρα-Μελέτες περίπτωσης &amp; ασκήσεις αυτό-αξιολόγησης παραδίδονται σε έντυπη μορφή στους φοιτητές για ομαδική εργασία μέσα στη τάξη, τα οποία είναι διαθέσιμα και στο (e-class)</li> <li>- Η επικοινωνία με τους φοιτητές γίνεται μέσω email και μέσω της πλατφόρμας του eclass, όπως και η ανατροφοδότηση αξιολόγησης της πορείας της ατομικής ή ομαδικής εργασίας</li> <li>- Η ηλεκτρονική πλατφόρμα της γραμματείας χρησιμοποιείται για την ανάρτηση των βαθμολογιών των φοιτητών.</li> <li>- Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης τόσο του μαθήματος όσο και του διδάσκοντος, στο τέλος κάθε εξαμήνου, βάσει των κείμενων διατάξεων και τις διαδικασίες που έχει θεσπίσει το Ίδρυμα υπό την εποπτεία της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας για την οποία χρησιμοποιείται το Πληροφοριακό Σύστημα της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.</li> </ul>	
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</i>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>
<i>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; 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 ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</i>	<b>Διαλέξεις (13 εβδομάδες διδασκαλίας με 3 ώρες ανά εβδομάδα)</b>	<b>39 ώρες (1,5 ECTS)</b>
	<b>Μελέτη για την εκπόνηση της Ατομικής Εργασίας</b>	<b>48 ώρες (2 ECTS)</b>
	<b>Μελέτη και επεξεργασία των Case Studies (Μελέτες Περίπτωσης)</b>	<b>30 ώρες (1,2 ECTS)</b>
	<b>Αυτόνομη μελέτη</b>	<b>58 ώρες (2.3 ECTS)</b>
	<b>Εξετάσεις</b>	<b>2 ώρες</b>
	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>175 ώρες (7ECTS)</b>
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i> <i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι Αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις</i>	<b>Μέθοδοι αξιολόγησης:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>I. Ατομική εργασία (υποχρεωτικά) (70%), που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ερωτήσεις θεωρητικού περιεχομένου</li> <li>- Θέματα κριτικής σκέψης.</li> <li>- Ερωτήσεις λήψης απόφασης</li> </ul> </li> <li>II. Παρουσίαση εργασίας (υποχρεωτικά) (70%), σε θεματολογία συναφή με το γνωστικό αντικείμενο του μαθήματος</li> </ol>	

<p>Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Άλλη /Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p><b>Οδηγίες για τις εργασίες:</b></p> <p><u>Για την γραπτή:</u> Η έκταση της εργασίας που θα βαθμολογείται πρέπει να είναι 2.500 λέξεις <math>\pm 10\%</math>. Η βιβλιογραφία δεν περιλαμβάνεται στο προαναφερθέν όριο. Θα πρέπει να είναι γραμμένη σε διάστιχο 1.5 γραμμών με απόσταση μεταξύ των παραγράφων brts. πριν και μετά από κάθε παράγραφο και με γραμματοσειρά Arial 12.</p> <p><u>Για την προφορική παρουσίαση:</u> η χρονική έκταση της παρουσίασης σε διαφάνειες PowerPoint δεν θα πρέπει να ξεπερνάει τα 10 λεπτά και να συμπεριλαμβάνει τις εξής ενότητες: (εισαγωγή, σκοπός, μεθοδολογία, κύρια αποτελέσματα &amp; συζήτηση, ενδεικτική βιβλιογραφία).</p> <p>Λαμβάνεται ειδική μέριμνα για εξέταση Α.ΜΕ.Α και φοιτητών με ειδικές μαθησιακές δυσκολίες.</p>
---	---

## 5 ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p><b>Υποχρεωτική βιβλιογραφία:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βλαχοπούλου, Μ. (2020). Ψηφιακό Μάρκετινγκ, από τη θεωρία στην πράξη: Εκδόσεις Rosili.</li> <li>• Hanlon, A. (2022). Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Σχεδιασμός, Στρατηγικές και Πρακτικές. Broeken Hill Publishers Ltd (Επιμέλεια: Γιάννης Πολλάλης).</li> </ul> <p><b>Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heggde, G. and Shainesh, G. eds., (2018). Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications. Springer.</li> <li>• Heinze, A., Fletcher, G., Rashid, T. and Cruz, A., 2016. Digital and social media marketing: a results-driven approach. Routledge.</li> </ul>
---