

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	ΔΕΟ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ	ΔΕΟ33	ΕΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ II		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>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</i>		ΩΡΕΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
Εβδομαδιαίες ώρες φόρτου		17-19	20
Ετήσιες ώρες φόρτου		512-576	
ΤΥΠΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Επιστημονικής Περιοχής, Επιλογής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ:	-----		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
Η ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ (URL)	https://www.eap.gr/education/undergraduate/business-organizational-management/business-organizational-management-topics/#deo33 Κάθε ΘΕ έχει επιπλέον τον δικό της χώρο στην ιστοθέση εκπαίδευσης του ΕΑΠ (http://study.eap.gr), με ελεγχόμενη πρόσβαση (χρήση κωδικού) για φοιτητές και διδακτικό προσωπικό.		

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 Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση της Θεματικής Ενότητας, οι φοιτητές/τριες θα έχουν αποκτήσει γνώσεις και δεξιότητες σε συνάφεια με τα γνωστικά αντικείμενα, όπως ακολούθως:

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικειμένου: **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΕ ΕΓΧΩΡΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ33, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να,

1. Αναγνωρίζουν τη σημασία του στρατηγικού σχεδιασμού

2. Ορίζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
3. Καταγράφουν το περίγραμμα ενός τυπικού σχεδίου μάρκετινγκ
4. Αναλύουν τις διαστάσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος
5. Εφαρμόζουν την ανάλυση SWOT και την ανάλυση των 5 δυνάμεων του Porter
6. Κατανοούν τους παράγοντες ελκυστικότητας της βιομηχανίας
7. Πραγματοποιούν μια ανάλυση ανταγωνιστών
8. Κατανοούν την ανάλυση πελατών
9. Αναλύουν τη διαδικασία τμηματοποίησης-στόχευσης-τοποθέτησης

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικειμένου: **ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ33, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να,

1. Αναγνωρίζουν τους βασικούς παράγοντες του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος που συντελούν στην ανάπτυξη του ψηφιακού μάρκετινγκ
2. Διακρίνουν τις βασικές εννοιολογικές προσεγγίσεις, τα χαρακτηριστικά και την σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ
3. Αναλύουν την συμπεριφορά του καταναλωτή στην ψηφιακή αγορά
4. Χρησιμοποιούν στην πράξη εργαλεία όπως ο σχεδιασμός προφίλ καταναλωτών και η χαρτογράφηση της εμπειρίας και του ταξιδιού του πελάτη.
5. Αντιλαμβάνονται πώς επηρεάζεται ο σχεδιασμός και η εφαρμογή των στρατηγικών και των προγραμμάτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τον γενικό κανονισμό προστασίας προσωπικών δεδομένων
6. Κατανοούν τον τρόπο λειτουργίας των μοντέλων ψηφιακού μάρκετινγκ
7. Αναγνωρίζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τους τρόπους εφαρμογής των διαφορετικών τύπων ψηφιακής προβολής
8. Διακρίνουν και να αποτιμούν την καταλληλότητα των επιμέρους τεχνικών ανάπτυξης και προβολής του ψηφιακού μάρκετινγκ

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του γνωστικού αντικειμένου: **ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ** της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ33, οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να,

1. Κατανοούν τις βασικές εννοιολογικές προσεγγίσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
2. Αναγνωρίζουν τις δυνατότητες του «κινητού» μάρκετινγκ και της αναλυτικής μάρκετινγκ με έμφαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
3. Διακρίνουν τις πρακτικές εφαρμογές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των σχετικών με αυτά καινοτόμων εργαλείων και πρακτικών
4. Αντιλαμβάνονται τη δυναμική των ψηφιακών τεχνολογιών στο πλαίσιο της συνεχούς εξέλιξης του φαινομένου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
5. Αναλύουν τον ρόλο των επιμέρους συστατικών στοιχείων που διέπουν την διαχείριση των ψηφιακών τεχνολογιών στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης και αποτελεσματικής διαχείρισης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
6. Προσεγγίζουν το αντικείμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μέσω της απαιτούμενης διεπιστημονικής προσέγγισης
7. Εντοπίζουν καινοτόμες προσεγγίσεις σύνδεσης του θεωρητικού υποβάθρου με πρακτικές διαστάσεις αποτελεσματικής αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
8. Αξιολογούν την τρέχουσα επιχειρηματική πρακτική στο αντικείμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνοντας έμφαση σε σημαντικά κανάλια επικοινωνίας όπως το κινητό τηλέφωνο καθώς και σε καινοτόμα εργαλεία αξιολόγησης που τοποθετούνται στο αντικείμενο της αναλυτικής μάρκετινγκ.

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

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

Ομαδική εργασία Εργασία σε διεθνές περιβάλλον Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών - Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις - Λήψη αποφάσεων - Αυτόνομη εργασία - Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης	

2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ

Βασικός σκοπός της Θεματικής Ενότητας είναι να παρουσιάσει: 1. Την αναγκαιότητα του στρατηγικού σχεδιασμού 2. Τα μέρη ενός τυπικού σχεδίου μάρκετινγκ 3. Τα βασικά χαρακτηριστικά, τα εργαλεία και την σημαντικότητα του ψηφιακού μάρκετινγκ για τις σύγχρονες επιχειρήσεις και τους οργανισμούς 4. Τις εννοιολογικές και πρακτικές προσεγγίσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των σχετικών με αυτά καινοτόμων μέσων, εργαλείων και πρακτικών ψηφιακού μάρκετινγκ όπως το «κινητό» μάρκετινγκ και η αναλυτική μάρκετινγκ

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Εξ αποστάσεως εκπαίδευση, επικουρούμενη με τη διεξαγωγή πέντε Ομαδικών Συμβουλευτικών Συναντήσεων (ΟΣΣ) κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους, οι οποίες λαμβάνουν χώρα Σάββατο ή Κυριακή. Κάθε ΟΣΣ έχει διάρκεια τεσσάρων ωρών και μπορεί να είναι είτε πρόσωπο με πρόσωπο σε αίθουσες διδασκαλίας Ελληνικών Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων είτε ηλεκτρονική.
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Στις ΟΣΣ χρησιμοποιούνται: • Στα ηλεκτρονικά τμήματα: εργαλεία απομακρυσμένων συναντήσεων (πλατφόρμες τηλε-συναντήσεων) • Στα δια ζώσης τμήματα: σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα Η υποστήριξη της μαθησιακής διαδικασίας γίνεται μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας του study. Για τις εργασίες οι φοιτητές/τριες έχουν στη διάθεσή τους λογισμικό ανοικτής πρόσβασης για τη συγγραφή και την επεξεργασία των αποτελεσμάτων. Όλες οι υποβληθείσες εργασίες ελέγχονται για λογοκλοπή στο πρόγραμμα Turnitin. Επιπλέον, οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν εργαλεία αυτοματισμού γραφείου, φυλλομετρητές ιστού (web browser) καθώς και e-reader για ψηφιακά βιβλία. Η επικοινωνία με τους φοιτητές/τριες πραγματοποιείται εξ αποστάσεως (μέσω της πλατφόρμας του study, email, τηλεφώνου ή μέσω των εργαλεία απομακρυσμένων συναντήσεων) ή δια ζώσης στις ΟΣΣ.
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα Φόρτος Εργασίας Έτους

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 ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	<table> <tr> <td>5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Μελέτη του υλικού αυτοαξιολόγησης φοιτητή</td><td>16</td></tr> <tr> <td>Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 37,5 ώρες)</td><td>150</td></tr> <tr> <td>Εξετάσεις</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Ατομική μελέτη</td><td>323-387</td></tr> <tr> <td>Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)</td><td>512-576</td></tr> </table>	5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)	20	Μελέτη του υλικού αυτοαξιολόγησης φοιτητή	16	Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 37,5 ώρες)	150	Εξετάσεις	3	Ατομική μελέτη	323-387	Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)	512-576
5 ΟΣΣ (x 4 ώρες)	20												
Μελέτη του υλικού αυτοαξιολόγησης φοιτητή	16												
Εκπόνηση Εργασιών (4 εργασίες x 37,5 ώρες)	150												
Εξετάσεις	3												
Ατομική μελέτη	323-387												
Σύνολο φόρτου ΘΕ (ώρες)	512-576												
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμών, 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: Ελληνική Μέθοδοι Αξιολόγησης: Η εξεταστέα ύλη του μαθήματος ανακοινώνεται στο study στα τέλη Ιανουαρίου. Ο τελικός βαθμός της θεματικής ενότητας διαμορφώνεται - κατά 70% από τον βαθμό της γραπτής εξέτασης στην εξεταστική περίοδο (κανονικών ή επαναληπτικών) - κατά 30% (στην περίπτωση προβιβάσιμου βαθμού στις τελικές ή επαναληπτικές εξετάσεις) από την εκπόνηση τεσσάρων γραπτών εργασιών κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους. Η γραπτή εξέταση περιλαμβάνει ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Η γραπτή εξέταση διεξάγεται με κλειστά βιβλία σε δια ζώσης εξετάσεις και με ανοικτά βιβλία σε εξ αποστάσεως εξετάσεις. Κάθε γραπτή εργασία περιλαμβάνει 3 ή 4 θέματα με 1 ή 2 υποερωτήματα το καθένα. Οι φοιτητές με ειδικές μαθησιακές δυσκολίες στην γραφή και στην ανάγνωση (όπως αυτές πιστοποιούνται και χαρακτηρίζονται από αρμόδιο φορέα) εξετάζονται βάσει της προβλεπόμενης από το Ίδρυμα διαδικασίας. Γνωστοποίηση κριτηρίων αξιολόγησης: Τα κριτήρια αξιολόγησης γίνονται γνωστά κατά τη διάρκεια του πρώτου μαθήματος και είναι σαφώς διατυπωμένα στον ιστοχώρο του μαθήματος στο study. Οι απαντήσεις των θεμάτων των γραπτών εργασιών αναρτώνται στο study μετά την καταληκτική ημερομηνία υποβολής κάθε εργασίας. Οι φοιτητές λαμβάνουν τη βαθμολογία κάθε εργασίας, αναλυτικό έντυπο αξιολόγησης και σχόλια. Οι απαντήσεις των θεμάτων των εξετάσεων αναρτώνται στο study μετά τη διεξαγωγή των εξετάσεων. Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να δουν το γραπτό τους μετά τη βαθμολόγηση του μαθήματος και να λάβουν εξηγήσεις σχετικά με τη βαθμολογία την οποία έλαβαν. Οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα αναβαθμολόγησης, σύμφωνα με την προβλεπόμενη από τον Κανονισμό Σπουδών διαδικασία.												

	Για τα τελευταία τρία χρόνια είναι αναρτημένα στο ιστοχώρο της ΔΕΟ33 στο study τα ακόλουθα: • Θέματα εξετάσεων και οι ενδεικτικές απαντήσεις αυτών. • Θέματα Γραπτών Εργασιών και οι ενδεικτικές απαντήσεις αυτών.
--	--

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

- Σιώμκος, Γ. (2018), Στρατηγικό Μάρκετινγκ, 5η έκδοση. Εκδόσεις Broken Hill. Κωδικός στον Εύδοξο: 77108572
- Βλαχοπούλου, Μ. (2020), Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Από τη θεωρία στην πράξη. Εκδόσεις Rosili. Κωδικός στον Εύδοξο: 86053196

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά: δεν εφαρμόζεται

-Επιπρόσθετο διδακτικό υλικό (στο study):

- Οδηγός Μελέτης για το σύγγραμμα: Σιώμκος Γ. (2018), Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Broken Hill Publishers
- Οδηγός Μελέτης για το σύγγραμμα: Βλαχοπούλου, Μ. (2020), Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Από τη θεωρία στην πράξη. Εκδόσεις Rosili.
- Συμπληρωματικό ψηφιακό υλικό