

## Περιγραφές μαθημάτων Μεταπτυχιακού προγράμματος σε Ψηφιακό Μάρκετινγκ

### DDM515 Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Στόχος του μαθήματος *Ψηφιακό Μάρκετινγκ* είναι να παρέχει στους φοιτητές γνώση και εικόνα για την εξέλιξη του ψηφιακού μάρκετινγκ και τον αντίκτυπό του στους καταναλωτές και την ευρύτερη επιχειρηματική κοινότητα. Θα ληφθούν υπόψη τα οφέλη και οι περιορισμοί του ψηφιακού μάρκετινγκ και η ενσωμάτωσή του με τις παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ. Το μάθημα θα εφαρμόσει σχετική θεωρία στην ανάπτυξη της στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ και θα διερευνήσει τον ρόλο και την αξία των βασικών ψηφιακών καναλιών για την προσέγγιση, τη συμμετοχή και την οικοδόμηση αφοσίωσης στο διαδίκτυο. Η εφαρμογή των σχετικών γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων θα βοηθήσει τους μελλοντικούς μάντζερ να διαμορφώσουν ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ προκειμένου να διαχειριστούν αποτελεσματικά μια απόδοση ψηφιακού μάρκετινγκ. Τα θέματα που καλύπτονται περιλαμβάνουν: στρατηγική μάρκετινγκ στην ψηφιακή εποχή, συμπεριφορά καταναλωτή στο διαδίκτυο και τα λοιπά ψηφιακά μέσα, δημιουργία αξίας, content marketing, θέματα τιμολόγησης, τρόποι, μέσα και εργαλεία διαφήμισης στο διαδίκτυο (own, paid, earned media), Search Engine Optimization, νέοι μεσάζοντες και εναλλακτικά δίκτυα, ηλεκτρονικά επιχειρηματικά μοντέλα, μορφές και δυνατότητες των κοινωνικών δικτύων, web analytics & social media metrics.

### DDM504 Ψηφιακή συμπεριφορά καταναλωτή

Η ανάπτυξη του διαδικτύου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η αυξανόμενη χρήση των κινητών συσκευών από τους καταναλωτές έχει μεταφέρει σημαντικό μέρος των δαπανών και των προσπαθειών μάρκετινγκ από τον πραγματικό στον ψηφιακό κόσμο. Ο όρος ψηφιακό μάρκετινγκ αναφέρεται στη χρήση ψηφιακών καναλιών για την εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την προσέγγιση των καταναλωτών. Αυτός ο τύπος μάρκετινγκ περιλαμβάνει τη χρήση ιστότοπων, φορητών συσκευών, μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μηχανών αναζήτησης και άλλων παρόμοιων καναλιών. Για τα στελέχη ψηφιακού μάρκετινγκ σήμερα είναι αναγκαία η γνώση του τρόπου που συμπεριφέρονται οι καταναλωτές στο διαδίκτυο. Με βάση τη γνώση αυτής της συμπεριφοράς και των παραγόντων που την επηρεάζουν, τα στελέχη μάρκετινγκ μπορούν να διαμορφώσουν αποτελεσματικές στρατηγικές προσεγγίζοντας αποτελεσματικά τους υποψήφιους και τους πιστούς τους πελάτες στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το μάθημα ασχολείται με το πως στοιχία της ψυχολογίας, της προσωπικότητας, του φύλου και των ενδιαφερόντων του ψηφιακού καταναλωτή επηρεάζουν την συμπεριφορά του. Επιπλέον το μάθημα επικεντρώνεται στο πως ο κοινωνικός περίγυρος, η κουλτούρα και οι κοινωνικοί ρόλοι που αναλαμβάνουν οι καταναλωτές συσχετίζονται με αντίστοιχες αγοραστικές προτιμήσεις. Τέλος το μάθημα ασχολείται με θέματα ηθικής στον τρόπο που αντιμετωπίζουμε τους καταναλωτές, θέματα ιδιωτικότητας και θέματα βιωσιμότητας που επηρεάζουν τις διαδικτυακές αγορές έντονα στο σημερινό παγκόσμιο και ανταγωνιστικό αγοραστικό περιβάλλον.

### DMBA561 Διοίκηση Μάρκετινγκ & Επιχειρησιακή Επικοινωνία

Το μάθημα χωρίζεται σε δυο μέρη: την *Διοίκηση Μάρκετινγκ* και την *Επιχειρησιακή Επικοινωνία*. Το *μάρκετινγκ* είναι η κοινωνική και διοικητική διαδικασία αναγνώρισης και ικανοποίησης των αναγκών των καταναλωτών διαμέσου του σχεδιασμού και παραγωγής προϊόντων, της προσφοράς, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών μέσω ανταλλαγών που ικανοποιούν ατομικούς και οργανωτικούς στόχους. Διοίκηση του μάρκετινγκ είναι η τέχνη και η επιστήμη της επιλογής αγορών στόχων και της απόκτησης, διατήρησης και ανάπτυξης πελατείας, με τη δημιουργία, παράδοση και επικοινωνία ανώτερης αξίας για τον πελάτη. Οι μάρκετες εστιάζουν στις παραμέτρους της ζήτησης και μετέχουν στο μάρκετινγκ αγαθών, υπηρεσιών, εκδηλώσεων, εμπειριών, προσώπων, τόπων, ιδιοκτησιών, οργανισμών, ιδεών και πληροφοριών, σε καταναλωτικές, επιχειρηματικές, διεθνείς ή μη

κερδοσκοπικές αγορές. Το μάθημα αναφέρεται σε όλα αυτά τα ζητήματα και επεκτείνει την κριτική αξιολόγηση των φοιτητών σχετικά με τη χρησιμότητα της διαχείρισης μάρκετινγκ σε παραγωγική αξία για την εταιρεία και τα ενδιαφερόμενα μέρη της. Το δεύτερο μέρος του μαθήματος επικεντρώνεται στην *Επιχειρηματική Επικοινωνία*. Το μάθημα εισάγει στους φοιτητές / φοιτήτριες στην αξιολόγηση του ρόλου, της σημασίας και των λειτουργιών της εταιρικής επικοινωνίας. Το μάθημα επικεντρώνεται αρχικά στο σχεδιασμό του μίγματος επικοινωνίας καθώς και στο πως οι επιχειρήσεις αξιοποιούν την επικοινωνία στρατηγικά ώστε να είναι αποτελεσματικές στις σχέσεις που αναπτύσσουν με τις διάφορες ομάδες συμμετεχόντων ή ομάδες διακύβευσης συμφερόντων (stakeholders), τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

### **DMBA500 Μεθοδολογία Έρευνας και Ανάλυση Δεδομένων**

Το μάθημα *Μεθοδολογία Έρευνας και Ανάλυση Δεδομένων* αποσκοπεί στην εξοικείωση σας με τις μεθόδους επιστημονικής έρευνας και βασικής ανάλυσης δεδομένων έτσι ώστε να είναι σε θέση οι φοιτητές να συγγράφουν επιστημονικές εργασίες κάθε μορφής (πανεπιστημιακές εργασίες, διπλωματικές εργασίες, επιστημονικά άρθρα κ.λπ.). Ειδικότερα πεδία ενδιαφέροντος αποτελούν ο σχεδιασμός της έρευνας, η συλλογή των δεδομένων, η ανάλυση δεδομένων, η αξιολόγηση των πηγών και η ευρύτερη συγγραφή ερευνητικών προτάσεων/εργασιών στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος. Το γνωστικό αντικείμενο που θα δουλέψουμε μαζί είναι πραγματικά πολύ ενδιαφέρον και περιλαμβάνει, τόσο θεωρητικές αναλύσεις, όσο και πρακτικές προσεγγίσεις στη μεθοδολογία έρευνας και στην ανάλυση δεδομένων. Ο κύριος σκοπός του μαθήματος είναι η εισαγωγή των φοιτητών στις ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους για διεξαγωγή έρευνας. Οι φοιτητές θα αποκτήσουν της δεξιότητες επισκόπησης της βιβλιογραφίας, του ερευνητικού σχεδιασμού, της μεθοδολογίας συλλογής δεδομένων, της παρουσίασης καθώς και της ανάλυσης δεδομένων, χρησιμοποιώντας διάφορες τεχνικές στατιστικής ανάλυσης.

### **DDM505 Στρατηγικές Ψηφιακής Επικοινωνίας και Κοινωνικών Μέσων**

Το μάθημα αυτό αναλύει και καλύπτει το αντικείμενο της *Επιχειρησιακής Επικοινωνίας*, με έμφαση στην *ψηφιακή επικοινωνία* και εξειδίκευση στο ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογές σε επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα. Ο απώτερος στόχος του μαθήματος είναι να εισάγει τον φοιτητή στον κόσμο των ψηφιακών επιχειρήσεων και οργανισμών μέσα από το πρίσμα της παγκοσμιοποιημένης διαδικτυακής επικοινωνίας εξηγώντας του αναλυτικά την χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας στις επιχειρήσεις σήμερα. Επιπλέον, ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στις πιο αποτελεσματικές τεχνικές υλοποίησης στοχευμένων ενεργειών μάρκετινγκ στο διαδίκτυο, μέσα από την δημιουργία προτύπων πελατών που αντιπροσωπεύουν βασικά τμήματα της αγοράς στην οποία στοχεύει μία εταιρεία. Η παρακολούθηση αυτού του μαθήματος θα βοηθήσει τους φοιτητές να ανακαλύψουν πώς να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά αυτά τα πρότυπα πελατών επιλέγοντας έπειτα τα κατάλληλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ώστε να επιτύχουν στόχους διαδικτυακής επικοινωνίας και διαδικτυακού μάρκετινγκ. Θα κατανοήσουν τον τρόπο που πρέπει να αντιμετωπίζονται και να χρησιμοποιούνται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τα στελέχη μάρκετινγκ και τις ηθικές προεκτάσεις αυτής της χρήσης. Σε αυτό το πλαίσιο, θα εξετάσουν σε βάθος τις πλέον αποτελεσματικές τακτικές μάρκετινγκ που εφαρμόζονται στα σημαντικότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σήμερα.

### **DDM508 Ανάλυση Μεγάλων Δεδομένων και Μετρικά Μάρκετινγκ**

Η *Ανάλυση Μεγάλων Δεδομένων* και τα *Μετρικά Μάρκετινγκ* αποτελούν οδηγός της τεχνολογίας αυτής της δεκαετίας. Όλο και περισσότεροι οργανισμοί αυτές τις μέρες χρησιμοποιούν τα δεδομένα τους ως εργαλείο υποστήριξης αποφάσεων και για τη δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών. Οι υπεύθυνοι λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων πλέον χρησιμοποιούν περισσότερα ηλεκτρονικά εργαλεία για να υποστηρίξουν το έργο τους. Ακόμη και οι καταναλωτές χρησιμοποιούν εργαλεία

ανάλυσης, είτε άμεσα είτε έμμεσα, για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με συνήθειες δραστηριότητες όπως οι αγορές, η υγεία/υγειονομική περίθαλψη, τα ταξίδια και η ψυχαγωγία. Η αναλυτική marketing περιλαμβάνει μια σειρά δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της επιχειρηματικής ευφυΐας, ασκήσεις ποσοτικών μεθόδων, εξάσκηση σε πραγματικές εφαρμογές ψηφιακής αναλυτικής marketing, στατιστική ανάλυση, δημιουργία υποδειγμάτων πρόβλεψης και προσομοίωσης. Το μάθημα εστιάζει στην αξιολόγηση διαφόρων μετρικών ανάλυσης μεγάλων δεδομένων στα πλαίσια του ψηφιακού μάρκετινγκ.

#### **DMBA584 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία**

Θέλετε να αναπτύξετε καινοτόμες ιδέες και να ασχοληθείτε με την επιχειρηματικότητα; Αν ναι, αυτό το μάθημα έχει δημιουργηθεί για εσάς. Αν η απάντησή σας ήταν όχι, τότε θα πρέπει να γνωρίζετε ότι η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία είναι εξίσου σημαντικές σε όλους τους τομείς των επιχειρήσεων και της κυβέρνησης. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις ενισχύουν την οικονομία με τον εντοπισμό νέων ευκαιριών και την ανακατανομή πόρων σε αυτές. Οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις καινοτομούν για να ξεπεράσουν ή να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό τους. Στον δημόσιο τομέα, η ανάγκη για αποτελεσματικές πολιτικές για την αντιμετώπιση των νέων προκλήσεων και για την αύξηση της παροχής υπηρεσιών με μειούμενους προϋπολογισμούς δίνει επίσης ένα πλεονέκτημα στην καινοτομία σκέψη. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας. Θα παρουσιαστούν πρακτικές για την ανάπτυξη της δημιουργικότητας τόσο σε ατομικό, όσο και σε οργανωτικό επίπεδο, θα μελετηθούν καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα και θα σχολιαστούν νέες τάσεις. Επίσης, κατά τη διάρκεια του μαθήματος οι φοιτητές θα συμμετέχουν σε ένα παιχνίδι προσομοίωσης για να εφαρμόσετε στην πράξη τις γνώσεις, αλλά και τις δεξιότητες που έχουν αναπτύξει.

#### **DIS507 Αναδυόμενες Τεχνολογίες Αιχμής**

Το μάθημα περιγράφει και αναλύει τις καινοτόμες τεχνολογίες της εποχής μας. Μέσα από το μάθημα, οι φοιτητές θα μάθουν να εντοπίζουν τέτοιες τεχνολογίες και θα γνωρίσουν τις τελευταίες αναδυόμενες τεχνολογίες αιχμής και πως αυτές μπορούν να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες. Στην συνέχεια, θα δουν τρόπους με τους οποίους οι επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν τις αναδυόμενες τεχνολογίες αιχμής. Το συγκεκριμένο μάθημα αποσκοπεί στο να βοηθήσει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές του προγράμματος να κατανοήσουν τις διάφορες αναδυόμενες καινοτομίες αιχμής από τεχνική άποψη και να αποκτήσουν μια βασική εργασιακή γνώση αυτών των τεχνολογιών. Θα βοηθήσει επίσης τους φοιτητές να αναγνωρίσουν τις αναδυόμενες τεχνολογίες αιχμής και να προβλέψουν τον αντίκτυπό τους στις διάφορες αγορές.

#### **DDIS600 Διπλωματική Εργασία**

Ο πρωταρχικός στόχος της διπλωματικής εργασίας είναι να αναπτύξει έναν ερευνητικό προσανατολισμό μεταξύ των φοιτητών του προγράμματος και να τους εξοικειώσει με τις βασικές μεθόδους της έρευνας που είναι κατάλληλες για την επίλυση διαφόρων ερευνητικών προβλημάτων. Οι φοιτητές εισάγονται στις δεξιότητες έρευνας στο μάθημα *Μέθοδοι έρευνας και ανάλυση δεδομένων*, και με την διπλωματική τους εργασία έχουν την ευκαιρία να διερευνήσουν ένα ζήτημα ψηφιακού μάρκετινγκ σε βάθος, με έμφαση στην έρευνα θεματολογιών του τομέα του ψηφιακού μάρκετινγκ. Κατά την διεξαγωγή της διπλωματικής εργασίας τους οι φοιτητές εξασκούν τις δεξιότητές τους σε σχεδιασμό ερευνητικού ερωτήματος, θεώρησης και επισκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας, καθώς και της δεξιότητες διεξαγωγής πρωτογενούς έρευνας και ερμηνείας ερευνητικών αποτελεσμάτων. Η επίβλεψη της εργασίας δίνει ένα πλαίσιο για την έρευνα και τη συγγραφή διπλωματικών εργασιών,

καθώς και μια πρακτική κατανόηση του ψηφιακού μάρκετινγκ, με σκοπό να δοθεί η δυνατότητα στους φοιτητές να αναπτύξουν περαιτέρω τις δεξιότητες και τις γνώσεις που αποκτήθηκαν στο πρόγραμμα εφαρμόζοντάς τες στην διερεύνηση ενός συγκεκριμένου ζητήματος ψηφιακού μάρκετινγκ, μέσω μιας ουσιαστικής ανεξάρτητης εργασίας που πραγματοποιήθηκε σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα