

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Επιστημών Διοίκησης και Οικονομίας		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό (Πρώτος κύκλος Σπουδών)		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	0800.8.013.0	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ψηφιακό Μάρκετινγκ στον Τουρισμό		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	4	6	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ</b>	Όχι		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.hmu.gr/courses/BAT109/">https://eclass.hmu.gr/courses/BAT109/</a>		

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Στόχος του μαθήματος είναι να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις βασικές γνώσεις, τεχνικές και δεξιότητες του ψηφιακού μάρκετινγκ, που θα τους βοηθήσουν να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο μία τουριστική επιχείρηση μπορεί να μεταβεί επιτυχώς στη νέα ψηφιακή εποχή. Σε αυτό το πλαίσιο, παρουσιάζονται θεωρητικά αλλά και εφαρμόζονται στην πράξη βασικά σύγχρονα εργαλεία και τεχνικές του ψηφιακού μάρκετινγκ, με έμφαση στις τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς.

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται οι φοιτητές να έχουν τις:

**Γνώσεις** ώστε να μπορούν να:

- προσδιορίζουν τις έννοιες του ψηφιακού μάρκετινγκ και του ηλεκτρονικού τουρισμού
- αναγνωρίζουν τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ για τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους τουριστικούς προορισμούς
- αναγνωρίζουν τα βασικά εργαλεία και εφαρμογές του ψηφιακού μάρκετινγκ

**Δεξιότητες** ώστε να μπορούν να:

- εξηγούν τις τεχνικές του ψηφιακού μάρκετινγκ
- εκτιμούν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση των τεχνικών ψηφιακού μάρκετινγκ από τις τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς

**Ικανότητες** ώστε να μπορούν να:

- σχεδιάσουν μία στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ για τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς
- εφαρμόσουν στην πράξη βασικά εργαλεία και εφαρμογές του ψηφιακού μάρκετινγκ
- μετρούν και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα της χρήσης των εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ

### Γενικές Ικανότητες

Το μάθημα αποσκοπεί στην απόκτηση των παρακάτω γενικών ικανοτήτων:

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

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Βασικές έννοιες – Εισαγωγή στο ψηφιακό μάρκετινγκ στον τουρισμό
- Ηλεκτρονικός Τουρισμός (e-tourism)
- Διαχείριση Διαδικτυακής Φήμης - Online Reputation Management (διαχείριση σχολίων, κριτικών και αξιολογήσεων στο διαδίκτυο, π.χ. TripAdvisor, Booking, κ.ά.)
- Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης - Social Media Marketing (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, TikTok)
- Μάρκετινγκ Περιεχομένου - Content Marketing
- Μάρκετινγκ Επηρεαστών Γνώμης - Influencer Marketing / Travel Bloggers
- Μάρκετινγκ για κινητές συσκευές - Mobile Marketing (M-Tourism)
- Μάρκετινγκ Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου - E-mail Marketing
- Παιχνιδοποίηση, Εικονική Πραγματικότητα, Επαυξημένη Πραγματικότητα - Gamification, Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR)
- Ανάλυση Μελετών Περίπτωσης (Case Studies)

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>	Στην τάξη πρόσωπο με πρόσωπο													
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Χρήση εξειδικευμένου λογισμικού υποστήριξης μαθησιακής διαδικασίας (e-class)</li><li>● Χρήση διαδικτύου και video</li><li>● Οι παρουσιάσεις πραγματοποιούνται με χρήση PowerPoint.</li><li>● Ηλεκτρονική επικοινωνία με το διδάσκοντα μέσω e-mail</li></ul>													
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<table border="1"><thead><tr><th><i>Δραστηριότητα</i></th><th><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th></tr></thead><tbody><tr><td>Διαλέξεις</td><td>78</td></tr><tr><td>Ατομική ή Ομαδική Εργασία</td><td>30</td></tr><tr><td>Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων</td><td>15</td></tr><tr><td>Αυτοτελής Μελέτη</td><td>27</td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>150</td></tr></tbody></table>		<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαλέξεις	78	Ατομική ή Ομαδική Εργασία	30	Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	15	Αυτοτελής Μελέτη	27	Σύνολο Μαθήματος	150
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>													
Διαλέξεις	78													
Ατομική ή Ομαδική Εργασία	30													
Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	15													
Αυτοτελής Μελέτη	27													
Σύνολο Μαθήματος	150													

<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>	<p>Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνική.</p> <p>Η αξιολόγηση των φοιτητών θα γίνεται με :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Γραπτή τελική εξέταση (70% του βαθμού): θέματα κρίσεως για ανάπτυξη/ ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> <li>● Προαιρετική Ατομική/Ομαδική Εργασία (30% του βαθμού) και υποχρεωτική παρουσίαση της εργασίας στην τάξη</li> </ul> <p>Οι φοιτητές έχουν πρόσβαση στο γραπτό τους εφόσον το επιθυμούν για επεξηγήσεις αναφορικά με τα λάθη τους. Τα κριτήρια αξιολόγησης των εργασιών είναι από την αρχή προσδιορισμένα και ξεκάθαρα στους φοιτητές.</p>

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### *Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :*

- Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ. Από τη Θεωρία στην Πράξη*. Αθήνα: Rosili.
- Hanlon, A. (2022). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ – Σχεδιασμός, Στρατηγικές και Πρακτικές*. Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
- Μαναριώτη, Α. (2019). *Οδηγός Social Media Marketing*. Αθήνα: Rosili.
- Κατσώνη, Β. (2012). *E-Tourism. Διαδικτυακές Συναλλαγές στον Τουρισμό*. Αθήνα: Κατσώνη Βασιλική.
- Πρωτοπαπαδάκης, Γ. (2022). *E-tourism* (3<sup>η</sup> έκδ.). Αθήνα: ΙΩΝ
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. London: Pearson.

### *Συναφή επιστημονικά περιοδικά:*

- Information Technology & Tourism
- International Journal of Electronic Marketing and Retailing
- International Journal of Internet Marketing and Advertising
- International Journal of Online Marketing
- Journal of Hospitality and Tourism Technology