

## Διαφημιστική Εκστρατεία και Ψηφιακό Μάρκετινγκ

### ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό (Πρώτος Κύκλος Σπουδών)		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	0801.7.010.0	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	7 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Διαφημιστική Εκστρατεία και Ψηφιακό Μάρκετινγκ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις και εργαστήριο	4	6	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Επιστημονικής Περιοχής (Ψηφιακό Μάρκετινγκ)		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΟΧΙ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.hmu.gr/courses/MST153/">https://eclass.hmu.gr/courses/MST153/</a>		

### ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>
<p>Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές να διδαχθούν τις αρχές δημιουργίας μιας ολοκληρωμένης διαφημιστικής καμπάνιας σε πολλαπλά μέσα, παραδοσιακά και ψηφιακά.</p> <p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται οι φοιτητές θα έχουν τις:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ΓΝΩΣΕΙΣ</b> ώστε να μπορούν να: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγράφουν μια διαφημιστική καμπάνια</li> <li>• Συνδυάζουν πολλά διαφημιστικά μέσα, παραδοσιακά και ψηφιακά, στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης καμπάνιας</li> <li>• Προσδιορίζουν τους στόχους μια διαφημιστικής καμπάνιας</li> </ul> </li> <li>• <b>ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ</b> ώστε να μπορούν να: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Παράγουν πρωτογενές υλικό για χρήση σε διαφημιστικές καμπάνιες</li> <li>• Εξετάζουν την πορεία μιας διαφημιστικής καμπάνιας και αξιολογούν την επιτυχία της</li> </ul> </li> <li>• <b>ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ</b> ώστε να μπορούν να: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Σχεδιάζουν ολοκληρωμένες διαφημιστικές καμπάνιες</li> <li>• Οργανώνουν μια ολοκληρωμένη διαφημιστική εκστρατεία</li> <li>• Αξιολογούν τα αποτελέσματα μιας διαφημιστικής εκστρατείας</li> </ul> </li> </ul>
<b>Γενικές Ικανότητες</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ομαδική Εργασία</li> <li>• Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> <li>• Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</li> <li>• Λήψη αποφάσεων</li> <li>• Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</li> <li>• Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</li> <li>• Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</li> </ul>

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Απόκτηση θεωρητικών γνώσεων περί του τρόπου λειτουργίας, του σκοπού και της δεοντολογίας που διέπουν την λειτουργία των διαφημιστικών μέσων.
- Απόκτηση γνώσεων για την διατύπωση προγράμματος μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος και έλεγχο της αποτελεσματικότητας του.
- Μέσα μαζικής ενημέρωσης, διαφημιστικά μέσα, above the line και below the line, media shops, χορηγία, ελληνικός κώδικας διαφήμισης, διαφήμιση και ευρωπαϊκή νομοθεσία, δεοντολογία της διαφημιστικής λειτουργίας, ταυτότητα και χαρακτηριστικά του κοινού στόχου και των διαφημιστικών μέσων, στόχοι στρατηγικής και προγραμματισμός των Δ.Μ., είδη και μορφές της διαφημιστικής εκστρατείας, προϋπολογισμός και αποσαφήνιση του διαφημιστικού κονδυλίου.
- Στρατηγική Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ
- Στατιστικά Επισκεψιμότητας (Web Analytics)
- Μάρκετινγκ μέσω Μηχανών Αναζήτησης (SEM/SEO)
- Προώθηση μέσω Κοινωνικών Μέσων (Social Media Marketing)
- Influencer Marketing
- Ψηφιακή Εταιρική Φήμη - Brand Awareness - Social Media Monitoring
- Μάρκετινγκ μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομίου (E-mail marketing)
- Ψηφιακές Διαφημίσεις - Δίκτυα διαφημίσεων (π.χ. Adwords)
- Case Studies Ολοκληρωμένων Omni-channel καμπανιών
- Επιλογή και κόστος των διαφημιστικών μέσων.
- Στρατηγική μετάδοσης της εκστρατείας, αγορά χώρου, χρόνου, δικαιωμάτων, μέθοδοι αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής εκστρατείας.

#### ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</li> <li>• Λογισμικό μοντάζ</li> <li>• Διαδικτυακά εργαλεία και πλατφόρμες ψηφιακού Μάρκετινγκ (π.χ. Adwords, Google Analytics κτλ)</li> </ul>	
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>
	Διαλέξεις, Ατομικές και εργαστηριακές ασκήσεις	60
	Ομαδική Εργασία	50
	Αυτοτελής Μελέτη	40
	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>150</b>
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Γραπτή τελική εξέταση (40%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> </ul> </li> <li>2. Ομαδική Εργασία (60%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ομαδική Εργασία Δημιουργίας Ολοκληρωμένης Διαφημιστικής Καμπάνιας με πολλαπλά επιμέρους βήματα</li> </ul> </li> </ol>	

#### ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Βιβλίο [77110349]: Διαφήμιση, 6η έκδοση, Συντονισμός- Επιμέλεια Ζώτος Γεώργιος,

Συγγραφείς Ζώτος Γεώργιος, Ζώτου Αθηνά, Κυρούση Αντιγόνη, Μπουτσούκη Χριστίνα,  
Πάλλα Πολυξένη-Τζένη, Χατζηθωμάς Λεωνίδα [Λεπτομέρειες](#)

2. Βιβλίο [41957367]: Αποτελεσματική Διαφήμιση, C. Arens, W.Arens, M.Weigold, D.Scheafer  
[Λεπτομέρειες](#)
3. Βιβλίο [77112547]: Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2018, 14η Έκδοση, Laudon Kenneth, Traver Carol  
Guercio [Λεπτομέρειες](#)