

Νέες Τεχνολογίες & Μάρκετινγκ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό (Πρώτος Κύκλος Σπουδών)		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	0801.8.017.0	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	8 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις και ασκήσεις	4	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.hmu.gr/courses/MST178/		

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p>Μαθησιακά Αποτελέσματα</p> <p>Σκοπός του μαθήματος είναι η εξοικείωση του φοιτητή με τα συστήματα διαχείρισης πληροφοριών στη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ, το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Επίσης, σκοπός του μαθήματος είναι να μελετήσουν οι φοιτητές θέματα, σχετικά με την εκθετική ανάπτυξη της τεχνολογίας και ειδικότερα των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας και πως αυτά μετασχηματίζουν τον τρόπο, με τον οποίο οργανισμοί και επιχειρήσεις αλληλεπιδρούν με πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες.</p> <p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα είναι σε θέση να έχουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τις γνώσεις έτσι ώστε: <ul style="list-style-type: none"> • να κατανοήσουν θέματα σχετικά με υποστήριξη της λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ με τη βοήθεια των συστημάτων της πληροφορικής • να κατανοήσουν θέματα σχετικά με τις πηγές άντλησης πληροφοριών, την έρευνα μάρκετινγκ, τα συστήματα αναφορών, τη στήριξη αποφάσεων και τα έμπειρα συστήματα • να εμβαθύνουν σε θέματα νέων τεχνολογιών της 4^η βιομηχανικής επανάστασης στο μάρκετινγκ • Την ικανότητα να: <ul style="list-style-type: none"> • εξετάζουν θέματα σχετικά με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στο μάρκετινγκ, τα ηλεκτρονικά συστήματα αναγνώρισης και συλλογής πληροφοριών μάρκετινγκ. • Τη δεξιότητα να: <ul style="list-style-type: none"> • να είναι σε θέση να κατανοούν θέματα σχετικά με το μάρκετινγκ και το Διαδίκτυο (online marketing), με το σχέδιο ανάπτυξης διαδικτυακού μάρκετινγκ, τη διαδικτυακή προβολή / διαφήμιση, και το ιογενές μάρκετινγκ. • να είναι σε θέση να αναλύουν συστήματα ανάλυσης κυκλοφορίας ιστοχώρου,
--

συστήματα διαχείρισης πελατών και συνεργατών και συστήματα διαχείρισης γνώσης μάρκετινγκ.

Γενικές Ικανότητες

- Ομαδική Εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Η υποστήριξη της λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ με τη βοήθεια των συστημάτων της πληροφορικής,
- Πηγές άντλησης πληροφοριών, έρευνα μάρκετινγκ, συστήματα αναφορών, στήριξης αποφάσεων, έμπειρα συστήματα.
- Συστήματα τεχνολογιών 4^{ης} βιομηχανικής επανάστασης στο μάρκετινγκ
- Database Marketing και συστήματα διαχείρισης πελατών
- Η χρήση των Γεωγραφικών Πληροφοριακών Συστημάτων στο μάρκετινγκ.
- Ηλεκτρονικά συστήματα αναγνώρισης - συλλογής πληροφοριών μάρκετινγκ.
- Μάρκετινγκ και διαδίκτυο (online marketing).
- Σχέδιο ανάπτυξης διαδικτυακού μάρκετινγκ, διαδικτυακή προβολή / διαφήμιση, ιογενές μάρκετινγκ.
- Συστήματα ανάλυσης κυκλοφορίας ιστοχώρου, συστήματα διαχείρισης πελατών και συνεργατών.
- Διαχείριση γνώσης μάρκετινγκ. Πρακτικές εφαρμογές

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Στην τάξη	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις και ασκήσεις	80
	Ομαδική Εργασία σε μικρότερες ομάδες φοιτητών για την επίλυση σύνθετου προβλήματος.	30
	Αυτοτελής Μελέτη	40
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	1. Γραπτή τελική εξέταση (70%) που περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Επίλυση προβλημάτων 2. Ομαδική Εργασία (30%) <ul style="list-style-type: none"> • Επίλυση σύνθετου προβλήματος • Δημόσια Παρουσίαση 	

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Βιβλίο [86053196]: Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Βλαχοπούλου Μάρω [Λεπτομέρειες](#)

2. Βιβλίο [50660195]: Social Media Marketing, Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon
[Λεπτομέρειες](#)
3. Βιβλίο [32997535]: Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ, Βλαχοπούλου Μάρω
,Δημητριάδης Σέργιος [Λεπτομέρειες](#)