

Τίτλος μαθήματος	Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης				
Κωδικός μαθήματος	ΜΥΑΒ1203				
Τύπος μαθήματος	Διαλέξεις				
Επίπεδο	Δίπλωμα				
Έτος /Εξάμηνο	1 ^ο Έτος / 2 ^ο Εξάμηνο				
Όνομα διδάσκοντα	Κύριλλου Σοφία				
ECTS	6	Διαλέξεις/ εβδομάδα	3	Εργαστήρια/ εβδομάδα	
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	<p>Στόχος του μαθήματος Διαδικτυακό Μάρκετινγκ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι οι φοιτητές/τριες να κατανοήσουν την χρησιμότητα του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην προώθηση των υπηρεσιών τους και την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Σκοπός του μαθήματος είναι οι φοιτητές/τριες να μάθουν πως μπορούν να αναδείξουν την δουλειά τους και τις ικανότητές τους αξιοποιώντας σύγχρονα μέσα. Απώτερος σκοπός η ανέλιξή τους στον τομέα της προσφοράς υπηρεσιών αισθητικής φροντίδας και περιποίησης.</p>				
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες αναμένετε να:</p> <p>Γνώσεις:</p> <ol style="list-style-type: none"> Αναγνωρίζουν τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία από την λανθασμένη χρησιμοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης Εξηγούν τις διάφορες Στρατηγικές του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ <p>Δεξιότητες:</p> <ol style="list-style-type: none"> Εφαρμόζουν με προσοχή τις διάφορες τεχνικές Διαδικτυακού Μάρκετινγκ <p>Ικανότητες:</p> <ol style="list-style-type: none"> Επιλέγουν ορθά τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στα οποία θα προωθήσουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν για να έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα και κερδοφορία 				
Προαπαιτούμενα			Συναπαιτούμενα		
Περιεχόμενο μαθήματος	<u>Θεωρητικό Μέρος</u> Εβδομάδα 1				

Η έννοια και ο ρόλος του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και η σημασία τους στην σύγχρονη εποχή για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ψηφιακών τεχνολογιών.

Εβδομάδα 2

Στρατηγικές και Τεχνικές για την προσέγγιση του κοινού και την επίτευξη επιχειρηματικών στόχων μέσω του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ.

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης/Social Media – οι διαδικτυακές πλατφόρμες που επιτρέπουν στους χρήστες να μοιράζονται περιεχόμενο, να αλληλοεπιδρούν, και να δημιουργούν κοινότητες με κοινά ενδιαφέροντα. Πως το μέσο αυτό μας εξυπηρετεί στην επιχειρηματική Ανάπτυξη.

Εβδομάδα 3

Τα βασικά στοιχεία του διαδικτυακού μάρκετινγκ - Εστίαση στον πελάτη (κατανόηση αναγκών και προτιμήσεων του κοινού για τη δημιουργία εξατομικευμένης εμπειρίας), Στρατηγική προσέγγιση (ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ με την επιλογή των καταλληλότερων κατά περίπτωση ψηφιακών καναλιών, την δημιουργία ενδιαφέρον και ελκυστικού περιεχομένου/μέτρηση των αποτελεσμάτων των κάθε στρατηγικής για την βελτίωση των αποτελεσμάτων), Διαδραστικότητα (αλληλεπίδραση μεταξύ της επιχείρησης και του κοινού/πιθανού πελάτη μέσω μηνυμάτων, εικόνων, σχολίων, κοινοποιήσεων), Ευελιξία (καμπάνιες διαδικτυακού μάρκετινγκ οι οποίες να προσαρμόζονται εύκολα, γρήγορα και κυρίως αποτελεσματικά ανάλογα με τις επιλογές και τις προτιμήσεις του κοινού).

Εβδομάδα 4

Τα μέσα/κανάλια του διαδικτυακού μάρκετινγκ:

Η επίσημη ιστοσελίδα της επιχείρησης για την προώθηση και προβολή των υπηρεσιών και των προϊόντων, αλλά και την γενική ενημέρωση του κοινού

Τα διάφορα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, οι διάφορες πλατφόρμες και η δυνατότητα αλληλεπίδρασης με το κοινό με σκοπό την προώθηση της επιχείρησης

Αποστολή μηνυμάτων με email/ηλεκτρονικό ταχυδρομείο με ενδιαφέρον περιεχόμενο, εικόνες, κτλ. με απώτερο σκοπό την γνωστοποίηση στο κοινό για τις υπηρεσίες που προσφέρονται στην επιχείρηση, event και προσφορές/πακέτα.

Διαφήμισης σε ιστοσελίδες και application/Διαδικτυακή διαφήμιση

Βελτίωση της θέσης της ιστοσελίδας της επιχείρησης κατά την αναζήτηση από το κοινό.

Εβδομάδα 5

Η σημασία του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις που θέλουν να είναι ανταγωνιστικές και αναγνωρίσιμες από το κοινό. Προσέγγιση νέων πελατών και ενίσχυση των κερδών και της βιωσιμότητας της επιχείρησης.

Εβδομάδα 6

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, διαδικτυακές πλατφόρμες μέσο αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας μεταξύ του κοινού/των χρηστών. Κοινοποίηση φωτογραφιών, κειμένων, βίντεο κτλ. Δημιουργία προφίλ και ένταξη σε κοινότητες και ομάδες με πιθανά κοινά ενδιαφέροντα. Εργαλείο ενημέρωσης, ψυχαγωγίας, επικοινωνίας, κοινωνικοποίησης, προώθησης ιδεών, υλικών και απόψεων.

Εβδομάδα 7

Ποιες οι θετικές και ποιες οι αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία από την χρησιμοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Επιπτώσεις στις κοινωνικές συναναστροφές και την ψυχική υγεία του ατόμου.

Εβδομάδα 8

Ασφάλεια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης / Κανόνες ασφαλούς χρήσης κοινωνικών δικτύων

Είδη προσωπικών πληροφοριών οι οποίες είναι σημαντικό να διατηρούνται ιδιωτικές στο διαδίκτυο. Είδη πληροφοριών που είναι κατάλληλες για κοινή χρήση. Χρονική διάρκεια κοινοποίησης πληροφοριών στο διαδίκτυο; Πρόσβαση κοινού σε προσωπικές πληροφορίες. Προστασία προσωπικών πληροφοριών και το απόρρητο στο διαδίκτυο.

Εβδομάδα 9

Σκοπός αναρτήσεων στο Διαδίκτυο και στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και βελτίωση του τελικού μηνύματος που λαμβάνει ο αποδέχτης. Ψευδείς εικόνες, φίλτρα, εικόνες μέσα από το πέρας του χρόνου/κριτική σκέψη.

Εβδομάδα 10

Παραδείγματα μέσων κοινωνικής δικτύωσης – Πλατφόρμες για την κοινή χρήση περιεχομένου, τη δημιουργία προφίλ και την αλληλεπίδραση με φίλους και γνωστούς, την κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο και τη δημιουργία σύντομων βίντεο, για την ανταλλαγή σύντομων μηνυμάτων, για την κοινή χρήση και την παρακολούθηση βίντεο, για την ανταλλαγή φωτογραφιών και βίντεο που εξαφανίζονται μετά από λίγο αλλά και μέσα κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματική δικτύωση και την ανταλλαγή μηνυμάτων και κλήσεων.

Εβδομάδα 11

Παραδείγματα μέσων κοινωνικής δικτύωσης – Πλατφόρμες για την κοινή χρήση περιεχομένου, τη δημιουργία προφίλ και την αλληλεπίδραση με φίλους και γνωστούς, την κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο και τη δημιουργία σύντομων βίντεο, για την ανταλλαγή σύντομων μηνυμάτων, για την κοινή χρήση και την παρακολούθηση βίντεο, για την ανταλλαγή φωτογραφιών και βίντεο που

	<p>εξαφανίζονται μετά από λίγο αλλά και μέσα κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματική δικτύωση και την ανταλλαγή μηνυμάτων και κλήσεων.</p> <p>Εβδομάδα 12</p> <p>Παρουσίαση εργασιών των φοιτητών και κριτική σκέψη για βελτίωση του του τρόπου προσέγγισης πελατών αξιοποιώντας τεχνικές του Διαδικτυακού Μάρκετινγκ και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης/ανάλογα με τη θεματική και του επιθυμητού αποτελέσματος.</p> <p>Επίδειξη</p> <p><u>Το μάθημα περιλαμβάνει μια σειρά από επιδείξεις που αποσκοπούν να προσδώσουν πρακτικό χαρακτήρα στις διαλέξεις.</u></p>								
Μεθοδολογία διδασκαλίας	<p>Η υλοποίηση της διδασκαλίας θα γίνει δια της κατά πρόσωπο εκπαίδευσης μέσα από διαδραστική και καταπρόσωπο επικοινωνία. Η διδασκαλία περιλαμβάνει διαλέξεις και εμπλοκή των φοιτητών μέσω συζητήσεων, ερωταπαντήσεων, ασκήσεις εντός της τάξης κ.α. Για τη διδασκαλία των πιο πάνω θα χρησιμοποιηθούν εκπαιδευτικά video.</p>								
Βιβλιογραφία	<p>Ελληνική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τζαβάρας, Παναγιώτης Ε (2020) Κατανοώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Ελληνοεκδοτική, ISBN: 978-960-563-386-8. • Κάβουρα, Ανδρονίκη (2016) Επικοινωνία και διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Διόνικος, ISBN: 978-960-6619-80-9. • Βλαχοπούλου, Μάρω (2014) ηλεκτρονικό επιχειρείν και μάρκετινγκ: Καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό περιβάλλον, Rosili, ISBN: 9789607745323. <p>Αγγλική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuchs, Christian (2017) Social media: A critical introduction, ISBN: 9781473966833. • Macbeth, Derek (2016) Internet marketing: Marketing top 10 most effective strategies, Greate Space, ISBN: 9781523698394. • Warburton, Steven (2013) Digital identity and social media, Information Science Reference, ISBN: 9781466619159. • Chaffey, Dave (2013) EMarketing Excellence: Planning and Optimizing your Digital Marketing, Routledge Taylor & Francis Group, ISBN: 978-0-415-53337-9. 								
Αξιολόγηση	<table> <tr> <td>• Παρουσία και συμμετοχή</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>• Παρουσίαση Εργασίας</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>• Εργασίες</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>• Τελική γραπτή εξέταση</td> <td>50%</td> </tr> </table>	• Παρουσία και συμμετοχή	10%	• Παρουσίαση Εργασίας	10%	• Εργασίες	30%	• Τελική γραπτή εξέταση	50%
• Παρουσία και συμμετοχή	10%								
• Παρουσίαση Εργασίας	10%								
• Εργασίες	30%								
• Τελική γραπτή εξέταση	50%								
Γλώσσα	Ελληνική ή Αγγλική								

