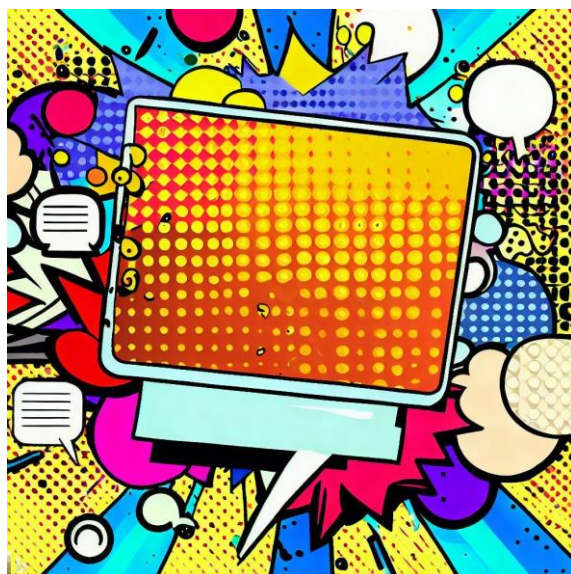


Οδηγός Σπουδών του Προγράμματος

**«ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟ ΠΟΛΥΚΑΝΑΛΙΚΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»
Digital Marketing**



ΠΑΤΡΑ, 2023

Περιεχόμενα

A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος	3
B. Δομή του Προγράμματος	7
Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση	12
Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα.....	13

A. Γενικά Στοιχεία & Περιγραφή Προγράμματος

Τίτλος Προγράμματος: Εφαρμοσμένο πολυκαναλικό ψηφιακό μάρκετινγκ - Digital Marketing

Συνολική διάρκεια (σε αριθμό ωρών και αριθμό εβδομάδων): 180 ώρες/ 10 εβδομάδες

Μονάδες ECTS: 7,16

Μέθοδος υλοποίησης και διαδικασίες παρακολούθησης :

Εξ αποστάσεως

Θεματικό Πεδίο

Κοινωνικών Επιστημών

Διδακτικές Ενότητες του Προγράμματος:

- Δ.Ε.1 Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
- Δ.Ε.2 Ψηφιακό μάρκετινγκ
- Δ.Ε.3 Συμπεριφορά καταναλωτή
- Δ.Ε.4 Συμπεριφορά Διαδικτυακού Χρήστη
- Δ.Ε.5 Εφαρμογές Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Δ.Ε.6 Διαδικτυακή Οντότητα Επιχείρησης
- Δ.Ε.7 Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης
- Δ.Ε.8 Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης
- Δ.Ε.9 Διαφημίσεις Κόστους/Κλίκ
- Δ.Ε.10 Μάρκετινγκ Μέσων Κοινων Δικτύωσης
- Δ.Ε.11 Μάρκετινγκ Περιεχομένου
- Δ.Ε.12 Μάρκετινγκ Ηλεκτρονικής Αλληλ/φίας
- Δ.Ε.13 Μάρκετινγκ Κινητών Συσκευών
- Δ.Ε.14 Influencers Marketing
- Δ.Ε.15 Affiliate Marketing
- Δ.Ε.16 Αναλυτικά Δεδομένα
- Δ.Ε.17 Αξιολόγηση

Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος:

Στον πυρήνα του μάρκετινγκ βρίσκεται ο καταναλωτής και το ταξίδι μάρκετινγκ που πραγματοποιεί στην αγορά. Σε αυτό το πρόγραμμα παρουσιάζεται πώς η ψηφιακή επανάσταση έχει επηρεάσει την αλληλεπίδραση μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Σκοπός του προγράμματος είναι γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ εργαζόμενων στον χώρο των επιχειρήσεων αλλά και του δημοσίου τομέα με τις τεχνικές με τις στρατηγικές, τα εργαλεία και τις τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ.

Μέσα από μια σειρά ενοτήτων οι ενδιαφερόμενοι θα είναι σε θέση να προσεγγίσουν την έννοια του ψηφιακού μάρκετινγκ ως μέρος του ψηφιακού επιχειρείν και να διεισδύσουν στις διαφορετικές πτυχές του. Η ύλη του προγράμματος δίνει τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να αποκτήσουν την επάρκεια και την εξειδικευμένη γνώση που απαιτούνται προκειμένου να κατανοήσουν το αναγκαίο θεωρητικό και πρακτικό υπόβαθρο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ υιοθετώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα θα δώσει την ευκαιρία στους εργαζόμενους να αποκτήσουν νέα γνώση, δεξιότητες και ικανότητες στην χρήση του ψηφιακού μάρκετινγκ να οργανώσουν, να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν ψηφιακές εκστρατείες προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών.

Σε ποιους απευθύνεται το πρόγραμμα:

Το πρόγραμμα αφορά πτυχιούχους ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, επαγγελματικών ινστιτούτων και μεταλυκειακής εκπαίδευσης καθώς και ελεύθερους επαγγελματίες και εμπόρους οι οποίοι θα δραστηριοποιούνται ή εξειδικεύονται στον χώρο των νέων τεχνολογιών, της πληροφορικής, του μάρκετινγκ, του ηλεκτρονικού επιχειρείν, του ηλεκτρονικού εμπορίου, της διαχείρισης έργων, της διαφήμισης, και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Στοιχεία Επιστημονικά Υπεύθυνου

Ονοματεπώνυμο: Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης

Ιδιότητα: Αναπληρωτής Καθηγητής

Email Επιστημονικά Υπεύθυνου: proth@eap.gr

Τμήμα:

Σχολή: Κοινωνικών Επιστημών

Πλήρες βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου (link που οδηγεί στο βιογραφικό σημείωμα):

https://www.eap.gr/wp-content/uploads/2022/11/Theodoridis_short_cv_2022.pdf

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Επιστημονικά Υπεύθυνου



Ο Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης είναι Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ στη Σχολή Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Ξεκίνησε τις σπουδές του από το ΤΕΙ Πειραιά όπου και αποφοίτησε από το Τμήμα Διοίκησης και Οργάνωσης των Επιχειρήσεων, συνέχισε τις σπουδές του στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΑΣΟΕΕ), στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων και έκανε μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Stirling στην Σκωτία (MSc in

Marketing). Είναι Διδάκτορας του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Υπηρέτησε για 16 συνεχή έτη στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών όπου διετέλεσε Προέδρος του Τμήματος και Διευθυντής στο ΠΜΣ «MBA Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων» και στο Εργαστήριο «Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Αγροτικού Χώρου».

Το ερευνητικό του ενδιαφέρον συγκεντρώνεται στα πεδία της συμπεριφοράς του καταναλωτή, μάρκετινγκ τροφίμων, στην σχέση του μάρκετινγκ με την βιώσιμη ανάπτυξη, σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης, επικοινωνίες μάρκετινγκ και στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Έχει παρουσιάσει ερευνητικές μελέτες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια και συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι Γραμματέας της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛ.Α.Μ.) και μέλος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC).

Εκπαιδευτές

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτή 1 - Δημήτρης Κ. Γκίκας



Ο Ο Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας είναι Μηχανικός Πληροφορικής με ειδίκευση στις εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης, της Μηχανικής Μάθησης και της Εξόρυξης Δεδομένων στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν, στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο, στο Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ και στην Συμπεριφορά του Διαδικτυακού Χρήστη. Διδάσκει τα μαθήματα των Εφαρμογών Πληροφορικής I & II στο Τμήμα Διεθνών & Ευρωπαϊκών Οικονομικών Σπουδών στη Σχολή Οικονομικών Επιστημών του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Είναι μεταδιδακτορικός ερευνητής στο τμήμα Αλιείας & Υδατοκαλλιεργειών στη Σχολή Γεωπονικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πατρών. Το ερευνητικό του έργο εστιάζεται στην εφαρμογή μοντέλων μηχανικής μάθησης σε οργανισμούς του θαλάσσιου οικοσυστήματος. Επίσης διδάσκει μαθήματα ψηφιακής στρατηγικής, ψηφιακού μάρκετινγκ και ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών "Βιώσιμη Αλιεία-Υδατοκαλλιέργεια". Είναι υπεύθυνος ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητα στην εταιρεία OWEB Digital Experience. Τέλος, εργάζεται ως σύμβουλος ψηφιακής στρατηγικής και ψηφιακού επιχειρείν σε μεσαία και μεγάλα επιχειρηματικά σχήματα. Ολοκλήρωσε την Διδακτορική του Διατριβή στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών στα γνωστικά αντικείμενα της επιστήμης των υπολογιστών και του μάρκετινγκ με θέμα την εφαρμογή μοντέλων μηχανικής μάθησης σε δεδομένα συμπεριφοράς καταναλωτών σε ψηφιακό και φυσικό περιβάλλον για ενισχυμένη λήψη αποφάσεων. Έλαβε μεταπτυχιακό στην Επιστήμη των Υπολογιστών από την Σχολή Επιστήμης Υπολογιστών και Ηλεκτρονικής Μηχανικής από το Πανεπιστήμιο του Essex, Ηνωμένο Βασίλειο. Κατέχει επίσης μεταπτυχιακό στην Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητά και στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ από την σχολή Επιστήμης και Τεχνολογίας του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος. Τέλος, έλαβε το πτυχίο του στην Μηχανική της Πληροφορικής από το πρώην Τεχνολογικό Ίδρυμα Αθήνας. Στα ερευνητικά του ενδιαφέροντα περιλαμβάνονται επιστημονικές εργασίες, συμπεριλαμβανομένων άρθρων περιοδικών, άρθρων συνεδρίων, κεφαλαίων

βιβλίων και λοιπών άρθρων για επιχειρήσεις σε θέματα μηχανικής μάθησης, εξόρυξης δεδομένων, ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας και εμπορίου, ψηφιακού μάρκετινγκ, συμπεριφοράς χρηστών στο διαδίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, βιοπληροφορικής και ηθικής της πληροφορικής. Είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Εταιρείας Τεχνητής Νοημοσύνης, μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Τεχνητής Νοημοσύνης, μέλος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ, μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ και μέλος της Ελληνικής Ένωσης Πληροφορικής.

Σύντομο βιογραφικό σημείωμα Εκπαιδευτή 2 - Παναγιώτης Μίλης



Ο κ. Παναγιώτης Μίλης έχει άριστες αναλυτικές δεξιότητες και αποδεδειγμένη ικανότητα στην ανάπτυξη καινοτόμων στρατηγικών λαμβάνοντας επιχειρηματικές αποφάσεις σε πραγματικό χρόνο. Έχει αποφοιτήσει από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών με ειδίκευση στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και το Μάρκετινγκ ενώ από το 1986 έχει αποκτήσει βαθιά γνώση και στην πληροφορική. Κατά τη διάρκεια της καριέρας του έχει εργαστεί σε ανώτερες και ανώτατες διευθυντικές θέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, εφαρμόζοντας απόλυτα επιτυχημένες στρατηγικές διεύθυνσης και τοποθέτησης που έχουν οδηγήσει σε υψηλά μερίδια αγοράς για τις εταιρείες στις οποίες εργάστηκε. Έχει μεγάλη επαγγελματική εμπειρία σε διάφορους τομείς, έχοντας εργαστεί ως Σύμβουλος σε Οικονομικά και Μάρκετινγκ και ως Στέλεχος στις Πωλήσεις, στην Πληροφορική αλλά και στην Παραγωγή στα νεανικά του χρόνια. Διαθέτει επίσης μακρά διδακτική εμπειρία (>3Κ ώρες σε αίθουσες). Το χαρτοφυλάκιό του περιλαμβάνει πολλές παρουσιάσεις ως ομιλητής σε σεμινάρια και εγχώρια και διεθνή συνέδρια (Ινδία, Κίνα), καθώς και δημοσιεύσεις σε εξειδικευμένα περιοδικά. Από το 1999 έως το 2017 διετέλεσε Διευθυντής Μάρκετινγκ σε μια συνεχώς αναπτυσσόμενη εταιρεία τροφίμων FMCG. Ως ειδικός στην επιστήμη του Μάρκετινγκ ανέπτυξε από το 1999 την εξέλιξη της θεωρίας του Μάρκετινγκ από τα 4Ps στα 4Is (Imagination, Innovation, Integration, Inner Play, IT). Επιπλέον, έχοντας σημαντικές γνώσεις στους υπολογιστές, οδήγησε την ομάδα του στην τρίτη και τέταρτη θέση στο «All Times Top 10» των πληρωμένων εφαρμογών της Apple στην Ελλάδα. Είναι βραβευμένος για δημιουργικότητα, επιτυχημένες στρατηγικές μάρκετινγκ και εκτελέσεις σε πολλά έργα. Είναι παντρεμένος με 2 παιδιά και εργάζεται στην εταιρεία του InTeSo4Gr (Intellectual and Technological Solutions for Growth) ως Διευθυντής Ψηφιακών Τεχνολογιών. Είναι Επίτιμο Μέλος της Ελληνικής Κοινότητας Βρυξελλών.

B. Δομή του Προγράμματος

Θεματικές Ενότητες Προγράμματος & Περιγραφή τους:

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Δ.Ε.1

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.1

Διάρκεια σε ώρες: 9

Αξία σε ECTS: 1,08

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Α. Καθηγητής Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης

Η συγκεκριμένη διδακτική ενότητα περιλαμβάνει τα βασικά στοιχεία της επιστήμης του μάρκετινγκ. Στόχος είναι οι εκπαιδευόμενοι να κατανοήσουν τις βασικές αρχές, αποφάσεις, εργαλεία και ορολογία του μάρκετινγκ, να εξοικειωθούν με το σύνολο των διεργασιών και λειτουργιών του μάρκετινγκ και να αποκτήσουν μία συνολική και συνδυαστική εικόνα των αποφάσεων μάρκετινγκ ως λειτουργία της επιχείρησης.

Ψηφιακό μάρκετινγκ Δ.Ε.2

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.2

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Α. Καθηγητής Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης

Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι ο τομέας του μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί διαδικτυακές ψηφιακές τεχνολογίες όπως επιτραπέζιους υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και άλλα ψηφιακά μέσα και πλατφόρμες για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Αποσαφήνιση των βασικών στοιχείων της χρήσης και ανέλιξης του ψηφιακού μάρκετινγκ σε οργανισμούς και επιχειρήσεις.

Συμπεριφορά Καταναλωτή Δ.Ε.3

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.3

Διάρκεια σε ώρες: 9

Αξία σε ECTS: 1,08

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Α. Καθηγητής Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης

Η συμπεριφορά καταναλωτή είναι η μελέτη για το πώς, πού, πότε και γιατί αγοράζουν ή δεν αγοράζουν οι άνθρωποι ένα προϊόν. Συνδυάζει στοιχεία από την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, την κοινωνική ανθρωπολογία και τα οικονομικά. Προσπαθεί να καταλάβει την διαδικασία λήψης απόφασης των αγοραστών και χωριστά και κατά ομάδες. Ανάλυση των παραγόντων που ενεργοποιούν τον καταναλωτή να αλληλεπιδράσει με μια επωνυμία.

Συμπεριφορά Διαδικτυακού Χρήστη Δ.Ε.4

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.4

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Α. Καθηγητής Προκόπιος Κ. Θεοδωρίδης

Η συμπεριφορά χρήστη είναι το σύνολο ενεργειών και προτύπων που επιδεικνύουν οι χρήστες όταν αλληλοεπιδρούν με το προϊόν ή την υπηρεσία. Η παρακολούθηση και η ανάλυση της συμπεριφοράς των χρηστών θα βοηθήσει να αξιολογηθεί σε τι βρίσκουν αξία οι χρήστες και θα επιτρέψει να βελτιωθεί η εμπειρία τους. Αφορά την ανάλυση των τεχνικών χαρακτηριστικών που ενεργοποιούν τον αντίστοιχο διαδικτυακό καταναλωτή να αλληλεπιδράσει με μια επωνυμία.

Εφαρμογές Ψηφιακού Μάρκετινγκ Δ.Ε.5

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.5

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: κ. Παναγιώτης Μίλης

Η συγκεκριμένη διδακτική ενότητα αναφέρεται στις περιπτώσεις χρήσης και εφαρμογής των τεχνικών του Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε οργανισμούς και επιχειρήσεις.

Διαδικτυακή Οντότητα Επιχείρησης Δ.Ε.6

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.6

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Η συγκεκριμένη διδακτική ενότητα περιλαμβάνει τα βασικά στάδια στρατηγικής προσέγγισης την δημιουργίας και ισχυροποίησης της ψηφιακής ταυτότητας μια επιχείρησης ή οργανισμού στον παγκόσμιο ιστό μέσα από μια σειρά τεχνικών χαρακτηριστικών προς ισχυροποίηση της επωνυμίας.

Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης Δ.Ε.7

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.7

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Το Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης ή Search Engine Marketing (SEM) αφορά μια μορφή μάρκετινγκ στο διαδίκτυο που περιλαμβάνει την προώθηση ιστοσελίδων αυξάνοντας την προβολή τους στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης (SERP) κυρίως μέσω της πληρωμένης διαφήμισης. Το Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης είναι το ευρύτερο σύνολο ενεργειών το οποίο συμπεριλαμβάνει το SEO.

Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης Δ.Ε.8

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.8

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Η Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης ή Search Engine Optimization (SEO) αφορά την πρόβλεψη και βελτιστοποίηση των παραγόντων οι οποίοι συμβάλλουν στην υψηλή κατάταξη των ιστοσελίδων στα αποτελέσματα των Μηχανών Αναζήτησης. Αφορούν τις διαδικασίες βελτιστοποίησης στη δομή, στο περιεχόμενο και στα τεχνικά χαρακτηριστικά ενός ιστότοπου, ώστε να είναι φιλικός προς τους χρήστες και τις μηχανές αναζήτησης του διαδικτύου. Στόχος είναι η κατάταξη ενός ιστότοπου στις υψηλότερες θέσεις των αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης του διαδικτύου, ώστε να αυξηθεί ποιοτικά και ποσοτικά ο αριθμός επισκεπτών του.

Διαφημίσεις Κόστους/Κλίκ Δ.Ε.9

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.9

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Οι Διαφημίσεις Κόστους/Κλίκ ή Pay Per Click Ads (PPC) αφορούν μια μορφή διαδικτυακής διαφήμισης όπου ένας διαφημιζόμενος θα πληρώσει όταν ένας υποψήφιος πελάτης κάνει κλικ σε μια διαφήμιση η οποία κατευθύνεται στον προβλεπόμενο ιστότοπο του διαδημιζόμενου. Για την ολοκλήρωση της διαφημιστικής καμπάνιας χρησιμοποιούνται διαδικτυακές πλατφόρμες μηχανών αναζήτησης ή μέσω κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες έχουν τον ρόλο του διαφημιστή, για δημιουργία διαφημιστικών εκστρατειών.

Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης Δ.Ε.10

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.10

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Το Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ή Social Media Marketing (SMM) αναφέρεται μια μορφή διαδικτυακού μάρκετινγκ που περιλαμβάνει τη δημιουργία και την κοινή χρήση περιεχομένου σε δίκτυα κοινωνικών μέσων προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι μάρκετινγκ των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες στοχεύουν στην αλληλεπίδραση του κοινού μέσω οργανικών ή πληρωμένων κοινοποιήσεων.

Μάρκετινγκ Περιεχομένου Δ.Ε.11

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.11

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Το Μάρκετινγκ Περιεχομένου ή Content Marketing αφορά μια στρατηγική επιλογή δημιουργίας περιεχομένου με σκοπό να προσελκύσουμε τον σωστό τύπο ανθρώπων στον ιστότοπο και να τους μετατρέψουμε σε πελάτες.

Μάρκετινγκ Περιεχομένου Δ.Ε.12

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.12

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Μάρκετινγκ Ηλεκτρονικής Αλληλογραφίας ή Email Marketing είναι μια τεχνική προώθησης η οποία διευκολύνει τη δημιουργία ενός προγραμματισμένου προγράμματος επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της επωνυμίας με το αγοραστικό κοινό.

Μάρκετινγκ Κινητών Συσκευών Δ.Ε.13

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.13

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Το Μάρκετινγκ Κινητών Συσκευών ή Mobile Marketing εστιάζει σε ένα σύνολο τεχνικών για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούν κινητές συσκευές ως κανάλι επικοινωνίας. Είναι επίσης γνωστό ως μάρκετινγκ για κινητά και αυτός ο όρος διευκρινίζει ποιες είναι οι πραγματικές προθέσεις σε αυτόν τον κλάδο παραγωγής που αντιπροσωπεύεται από τα ηλεκτρονικά καταστήματα ή καταστήματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό το ειδικό σύστημα άμεσου μάρκετινγκ έχει συγκεκριμένα οφέλη και απαιτήσεις.

Influencers Marketing Δ.Ε.14

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.14

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Κ. Παναγιώτης Μίλης

Το Influencers Marketing ή Μάρκετινγκ Επιρροής περιλαμβάνει τις πρακτικές εφαρμογές και προεκτάσεις της χρήσης μιας στρατηγικής προσέγγισης και προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών. Αναλύει επίσης τις τεχνικές άσκησης επιρροής στο αγοραστικό κοινό μέσω ατόμων με υψηλή αναγνωρισιμότητα. Αποτελεί μια υποκατηγορία του ψηφιακού μάρκετινγκ, όπου ο εκάστοτε influencer συνεργάζεται με επιχειρήσεις για να προωθήσουν από κοινού κάποιο προϊόν. Ως influencer μπορεί να οριστεί οποιοσδήποτε ασκεί επιρροή στο κοινό. Παλαιότερα, αυτές οι ενέργειες πραγματοποιούνταν από διάσημα πρόσωπα - περσόνες.

Affiliate Marketing Δ.Ε.15

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.15

Διάρκεια σε ώρες: 3

Αξία σε ECTS: 0,36

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Κ. Παναγιώτης Μίλης

Affiliate Marketing - Affiliate marketing αφορά προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών στο διαδίκτυο. Affiliate είναι ο Συνεργάτης ενός Δικτύου Συνεργατών ο οποίος προωθεί προϊόντα ή υπηρεσίες ενός Διαφημιζόμενου στο διαδίκτυο.

Αναλυτικά Δεδομένα Δ.Ε.16

Συνοπτική περιγραφή σκοπού και περιεχομένου της Δ.Ε.16

Διάρκεια σε ώρες: 2

Αξία σε ECTS: 0,32

Υπεύθυνος εκπαιδευτής: Δρ. Δημήτρης Κ. Γκίκας

Αναλυτικά Δεδομένα ή Data Analytics αφορούν τα δεδομένα τα οποία συλλέγουν και χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να μετρήσουν συγκεκριμένες λεπτομέρειες της απήχησης τους στο αγοραστικό κοινό συμπεριλαμβάνοντας την κίνηση στην ιστοσελίδα, του νέους χρήστες, το χρονικό μέσο όρο επίσκεψης κ.α.

Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Επιμέρους Διδακτικών Ενοτήτων:

Τίτλος ενότητας	Εβδομάδα	Ώρες	ECTS	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ/ΤΡΙΑ
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	1,5	9	1,08	Πρ. Θεοδωρίδης
Ψηφιακό μάρκετινγκ	0,5	3	0,36	Πρ. Θεοδωρίδης
Συμπεριφορά καταναλωτή	1,5	9	1,08	Πρ. Θεοδωρίδης
Συμπεριφορά Διαδικτυακού Χρήστη	0,5	3	0,36	Πρ. Θεοδωρίδης
Εφαρμογές Ψηφιακού Μάρκετινγκ	0,5	3	0,36	Π. Μίλης
Διαδικτυακή Οντότητα Επιχείρησης	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Διαφημίσεις Κόστους/Κλίκ	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Μάρκετινγκ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Μάρκετινγκ Περιεχομένου	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Μάρκετινγκ Ηλεκτρονικής Αλληλογραφίας	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Μάρκετινγκ Κινητών Συσκευών	0,5	3	0,36	Δ. Γκίκας
Influencers Marketing	0,5	3	0,36	Π. Μίλης
Affiliate Marketing	0,5	3	0,36	Π. Μίλης
Αναλυτικά Δεδομένα	0,5	2	0,32	Δ. Γκίκας
Αξιολόγηση	-	1	-	Δ. Γκίκας
Σύνολο	10	60	7,16	

Γ. Μεθοδολογία Υλοποίησης του Προγράμματος , Αξιολόγηση & Πιστοποίηση

Διδασκαλία & Παρακολούθηση: (εξ αποστάσεως, δια ζώσης, υβριδικό..... βιβλία, ηλεκτρονικό υλικό....)

Ο εκπαιδευτικός σχεδιασμός ακολουθεί τη μεθοδολογία που υποστηρίζει την δια ζώσης και εξ αποστάσεως ηλεκτρονική μάθηση. Η διδασκαλία μέσω συστήματος ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης βασίζεται κυρίως στην ασύγχρονη μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού και ανάπτυξη δραστηριοτήτων, προκειμένου να εξασφαλιστεί σε μεγάλο βαθμό η αυτονομία του Εκπαιδευόμενου. Όμως, συμπληρωματικά και με βάση τις εκπαιδευτικές ανάγκες, κατά περίπτωση πραγματοποιείται και σύγχρονη μάθηση μέσω συστήματος σύγχρονης τηλεκπαίδευσης.

Η διανομή του εκπαιδευτικού και υποστηρικτικού υλικού γίνεται σταδιακά και σε εβδομαδιαία βάση. Το εκπαιδευτικό υλικό βρίσκεται on-line, σε ψηφιακή μορφή, ενώ παράλληλα δίνεται η δυνατότητα τοπικής αποθήκευσής του. Είναι εύκολα εκτυπώσιμο για τους χρήστες που προτιμούν το έντυπο υλικό. Επιπλέον, προσφέρεται η δυνατότητα ανάρτησης υλικού και εργασιών από την πλευρά των επιμορφούμενων προς αξιολόγηση.

Περιγραφή εκπαιδευτικού υλικού :

Το εκπαιδευτικό υλικό που χρησιμοποιείται έχει αναπτυχθεί σύμφωνα με τις διδακτικές ενότητες του προγράμματος και ακολουθεί την δομή αυτών. Επιπλέον, το υλικό είναι σε ηλεκτρονική μορφή (αρχεία σε μορφή .pdf) ώστε να υποστηρίζει την ανοικτή και εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. Το εκπαιδευτικό υλικό αναρτάται στην σελίδα του προγράμματος και οι εκπαιδευόμενοι έχουν την δυνατότητα να το αποθηκεύσουν ή να το εκτυπώσουν.

Δείγμα εκπαιδευτικού υλικού:

https://kedivim.eap.gr/wp-content/uploads/2023/06/Deigma_Ekpaideytikou_Ylikou.pdf

Τρόπος αξιολόγησης των εκπαιδευομένων:

Η διαδικασία αξιολόγησης των εκπαιδευομένων επιμερίζεται σε τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο αφορά μια ατομική εργασία με σχετική βαρύτητα 30% επί της συνολικής βαθμολογίας, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να ολοκληρώσει μια εργασία βασισμένη στην εκάστοτε διδαχθείσα ύλη. Το δεύτερο στάδιο αφορά μια ομαδική εργασία με σχετική βαρύτητα 20% επί της συνολικής βαθμολογίας όπου οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να σχηματίσουν ομάδες ώστε να επιλύσουν θέματα τα οποία θα αφορούν πραγματικά σενάρια (case studies) στον τομέα του ψηφιακού επιχειρείν. Το τρίτο στάδιο αφορά την τελική εξέταση με σχετική βαρύτητα 50% επί της συνολικής βαθμολογίας, όπου ο εκπαιδευόμενος θα κληθεί να εξεταστεί γραπτώς σε μια σειρά ερωτήσεων οι οποίες θα προκύπτουν από το σύνολο της διδαχθείσας ύλης και των μελετών των περιπτώσεων.

Αξιολόγηση Προγράμματος

Για την αξιολόγηση των παρεχόμενων από το Πρόγραμμα υπηρεσιών σε επίπεδο εκπαιδευτικού έργου αλλά και διοικητικής και τεχνικής υποστήριξης, ο Εκπαιδευόμενος στο τέλος του προγράμματος

καλείται να συμπληρώσει ενιαίο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλαμβάνει συγκεκριμένους άξονες και δείκτες αξιολόγησης, που επεξεργάζεται και παρακολουθείται από την ΜΕΑ του Ε.Α.Π.¹

Τύπος χορηγούμενου πιστοποιητικού

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, χορηγείται «Πιστοποιητικό Επιμόρφωσης» καθώς και «Παράρτημα Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης», στα οποία αναγράφονται τα εξής στοιχεία: α) η διάρκεια του προγράμματος σε ώρες, β) η μέθοδος διδασκαλίας, γ) οι πιστωτικές μονάδες ECTS και δ) οι τίτλοι των θεματικών ή διδακτικών ενότητων του προγράμματος.

Τα πιστοποιητικά υπογράφονται από τον Επιστημονικά Υπεύθυνο του Προγράμματος, τον Πρόεδρο του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ και θα είναι διαθέσιμα μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος. Σε περίπτωση μη επιτυχούς ολοκλήρωσης του Προγράμματος χορηγείται απλή «Βεβαίωση Παρακολούθησης». Για τη χορήγηση των πιστοποιητικών απαιτείται επιπλέον και η αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων του Προγράμματος.

Λοιπές Υποχρεώσεις Εκπαιδευομένων

Πέρα από την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος, για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής από τους εκπαιδευομένους:

- Αποπληρωμή του συνόλου των τελών συμμετοχής
- Αποδοχή συμμετοχής τους στη διαδικασία αξιολόγησης του προγράμματος

Υποχρεώσεις Εκπαιδευτών

- Επικοινωνεί μέσω της εκπαιδευτικής πλατφόρμας με τους εκπαιδευόμενους απαντώντας σε απορίες / διευκρινίσεις που τυχόν έχουν διατυπωθεί από τους εκπαιδευόμενους.
- Αναρτά στην εκπαιδευτική πλατφόρμα ανακοινώσεις αναφορικά με το μάθημα και τον τρόπο διεξαγωγής του
- Επιλύει απορίες, κατευθύνει τους εκπαιδευόμενους στην σωστή μελέτη του εκπαιδευτικού υλικού, προτείνει επιπρόσθετη βιβλιογραφία -εφόσον ζητηθεί.
- Παροτρύνει τους εκπαιδευόμενους για συμμετοχή στην εκπαιδευτική διαδικασία, εφόσον διαπιστωθεί ότι κάποιοι απέχουν από την εκπαιδευτική διαδικασία.
- Ασκεί κάθε έργο ή εργασία που άπτεται της εκπαιδευτικής υποστήριξης των εκπαιδευομένων.
- Βαθμολογεί τις ερωτήσεις ανάπτυξης (ερωτήσεις ανοικτού τύπου) και τις εργασίες των εκπαιδευομένων.

Δ. Τρόπος Επιλογής & Εγγραφή στο Πρόγραμμα

Απαιτούμενα τυπικά προσόντα και απαραίτητα δικαιολογητικά (επίπεδο προηγούμενων σπουδών, επαγγελματικές ιδιότητες, απαραίτητα δικαιολογητικά, κ.λπ.): Πτυχιούχοι ανώτατων εκπαιδευτικών

¹ Σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ., Άρθρο 8
Ε 600.1.2/1^η **ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

ιδρυμάτων, Εκπαιδευτικών Ινστιτούτων, Μεταλυκειακής Εκπαίδευσης, Απόφοιτοι Λυκείου, Ελεύθεροι Επαγγελματίες, Έμποροι.

Οι υποψήφιοι θα πρέπει με την αίτησή τους να αποστέλλουν βιογραφικό σημείωμα συνοδευόμενο από το σύνολο των εγγράφων τα οποία τεκμηριώνουν τα αναφερόμενα σε αυτό.

Τρόπος επιλογής των εκπαιδευόμενων :

Οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να είναι τουλάχιστον απόφοιτοι λυκείου, να γνωρίζουν Αγγλικά και να έχουν βασικές γνώσεις χειρισμού Η/Υ και πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Πρέπει να διαθέτουν τον απαιτούμενο εξοπλισμό (υπολογιστή και επαρκή πρόσβαση στο διαδίκτυο) για την εκπαιδευτική διαδικασία.

Η επιλογή των συμμετεχόντων θα γίνεται μέσω συνέντευξης και ο μέγιστος αριθμός προσφερόμενων θέσεων σε κάθε κύκλο είναι διακόσιες (200) θέσεις.

Τρόπος εγγραφής στο πρόγραμμα:

Η εγγραφή στο Πρόγραμμα γίνεται ηλεκτρονικά με την υποβολή Αίτησης Εγγραφής στο <https://apps.eap.gr/kedivim/web/>

Δίδακτρα και τρόπος πληρωμής:

Το ύψος των τελών παρακολούθησης ανέρχονται σε 300€ και καταβάλλονται σε 2 δόσεις.

Η 1^η δόση, 200€ θα πρέπει να πραγματοποιηθεί με την αποδοχή της αίτησης και η 2^η δόση, 100€ θα πραγματοποιηθεί την 5^η εβδομάδα (στα μέσα του προγράμματος).

Εκπαιδευτική Πολιτική

Παρέχεται έκπτωση 15% στις παρακάτω κατηγορίες:

Υφιστάμενοι φοιτητές προγραμμάτων του ΕΑΠ

- Απόφοιτοι προγραμμάτων του ΕΑΠ
- Άνεργοι
- ΑμεΑ, Γονείς μονογονεϊκών οικογενειών με ετήσιο εισόδημα κάτω από 15.000 ευρώ
- Πολυτεκνία
- Τριτεκνία (πολύτεκνος ή μέλος πολύτεκνης οικογένειας)
- Γονείς που έχουν ανήλικα τέκνα με ειδικές ανάγκες
- Συμμετοχή στον ίδιο κύκλο σπουδών δύο ή περισσότερων ατόμων που συνδέονται με πρώτου και δεύτερου βαθμού συγγένεια

Τα δίδακτρα καταβάλλονται σε τραπεζικό λογαριασμό του ΕΛΚΕ του ΕΑΠ, με τα παρακάτω στοιχεία:

-Αριθμός λογαριασμού (IBAN): GR84 0171 3190 0063 1915 1450 278

-Τράπεζα: Τράπεζα Πειραιώς

-Στοιχεία δικαιούχου: ΕΛΚΕ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Στο αποδεικτικό κατάθεσης οπωσδήποτε να αναγράφεται το όνομα και το επίθετο του καταθέτη καθώς και ο τίτλος του προγράμματος: **«ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟ ΠΟΛΥΚΑΝΑΛΙΚΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»**.

Πληροφορίες : κ. Δημήτρη Γκίκα, email digi@eap.gr