

1. ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ MARKETING

Ο Σκοπός του Μαθήματος

Η ανάπτυξη του διαδικτύου και η ευρεία αποδοχή του ως ένα πλαίσιο διεξαγωγής συναλλαγών και αλληλεπίδρασης μεταξύ επιχειρήσεων και ατόμων, έχει αναδείξει το σημαντικό ρόλο του επιστημονικού πεδίου του Ηλεκτρονικού Marketing, στο σύγχρονο επιχειρείν. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι η μετάδοση γνώσεων και η απόκτηση πρακτικών δεξιοτήτων, καθώς και η ανάπτυξη ερευνητικών ικανοτήτων και σκέψης στους σπουδαστές, με απώτερο σκοπό την σε βάθος κατανόηση του state of the art τόσο στην Θεωρία όσο και στην Επιχειρηματική Πρακτική.

Με ιδιαίτερη έμφαση στις αυξημένες απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς Στελεχών, για εξειδικευμένα στελέχη στο Πεδίο του ηλεκτρονικού Marketing, ο σχεδιασμός του μαθήματος είναι σαφώς προσανατολισμένος στην παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών από την Διεθνή και την Ελληνική βιβλιογραφία και επιχειρηματικότητα. Η εκπαιδευτική φιλοσοφία του μαθήματος βασίζεται σε ένα τρίπτυχο συμπληρωματικών εκπαιδευτικών μεθόδων:

- Παρουσίαση της Βιβλιογραφίας και Αρθρογραφίας του Ηλεκτρονικού Marketing όπως συνοψίζεται στο ερευνητικό και εκδοτικό έργο πλήθους διεθνών αναγνωρισμένων επιστημόνων, ερευνητών και στελεχών του πεδίου
- Ανάλυση Μελετών Περίπτωσης σε ομάδες, με ιδιαίτερη αναφορά σε επιχειρηματικά μοντέλα και επιχειρήσεις που παρουσιάζουν ιδιαίτερο επιστημονικό ενδιαφέρον: Π.χ. Google, Yahoo, ClicktoRate, Yassas.com, Facebook, QuickInsurance.com, κ.α.
- Εκπόνηση Εργασιών, με βάση τα επιστημονικά πρότυπα. Βασική απαίτηση η κριτική επισκόπηση της βιβλιογραφίας σε επιλεγμένα ερευνητικά θέματα του Ηλεκτρονικού Marketing, η αποτύπωση ερευνητικών μοντέλων, η συλλογή εμπειρικών δεδομένων σε σχέση με ελληνικές επιχειρήσεις, και η συναγωγή συμπερασμάτων για την διείσδυση του ηλεκτρονικού Marketing και την επίδρασή του στην αποτελεσματικότητα της διοίκησης.

2. ΣΤΟΧΟΙ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι στόχοι αυτού του μαθήματος είναι:

- Να εισαγάγει τους σπουδαστές στο περιβάλλον του ηλεκτρονικού Marketing. Οι σπουδαστές θα αναπτύξουν τη γνώση της ανταλλαγής των πληροφοριών μεταξύ των αγοραστών και των πωλητών. Το μάθημα εξερευνά την αλυσίδα των γεγονότων που πραγματοποιείται στο περιβάλλον ηλεκτρονικού Marketing σχέσεις, υλικό, λογισμικό, πληροφορίες προϊόντων, επεξεργασία παραγγελίας τιμολόγηση, επεξεργασία πληρωμής, και εξυπηρέτηση πελατών. Οι σπουδαστές θα συμμετάσχουν ως καταναλωτές ηλεκτρονικού Marketing σε ποικίλες δραστηριότητες και θα μάθουν να αξιολογούν τους σχετικούς ιστοχώρους για την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα τους.
- Να αναπτύξει την κριτική ικανότητα των σπουδαστών σε σχέση με σημαντικές αποφάσεις και διαδικασίες του Marketing και να αναδείξει τις σημαντικές διαφοροποιήσεις στο ηλεκτρονικό επιχειρηματικό γίγνεσθαι.
- Να παρουσιάσει και να αναλύσει κριτικά το state of the art, της θεωρίας και της πρακτικής στο πεδίο του ηλεκτρονικού Marketing, με έμφαση στη μελέτη περιπτώσεων εταιρειών του εξωτερικού σε εστιασμένους χώρους του πεδίου των υπηρεσιών όπως π.χ. ασφαλιστικός κλάδος, διαφημιστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες συμβούλων επιχειρήσεων, τραπεζικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες

πληροφορικής, του πεδίου του λιανεμπορίου και της προώθησης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης κ.α.

- Να αναπτύξει συστηματικά την ομαδική συνεργασία μεταξύ των φοιτητών του προγράμματος θέτοντας για το σκοπό αυτό ένα πλαίσιο ποιοτικής ερευνητικής συνεργασίας, με σαφώς προσδιορισμένη πρακτική συνεισφορά. Η παράμετρος αυτή αποτυπώνεται πλήρως στην διατύπωση καις τη φιλοσοφία σχεδιασμού των ομαδικών ερευνητικών εργασιών.
- Η σειρά μαθημάτων μελετά το πώς οι managers χρησιμοποιούν την τεχνολογία για να βελτιώσουν την αποδοτικότητα για να βοηθήσουν να πωλήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, και για να βελτιώσει τις επικοινωνίες και να μειώσει το κόστος των διαδικασιών. Θα μελετηθεί πώς χρησιμοποιείται σήμερα το ηλεκτρονικό Marketing αλλά και πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο μέλλον. Η σειρά μαθημάτων παρέχει μια επισκόπηση των διοικητικών και των τεχνολογικών θεμάτων με έμφαση σε επιχειρηματικά μοντέλα, την εικονική αλυσίδα αξίας, την καινοτομία και τις στρατηγικές του ηλεκτρονικού Marketing. Επιπλέον, μερικά από τα σημαντικότερα ζητήματα που συνδέονται από με την ασφάλεια συναλλαγών, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, την επικύρωση, και κρυπτογράφηση, τις αποδεκτές πολιτικές χρήσης, και τη νομική ευθύνη.
- Να παρουσιάσει τις τεχνολογίες αιχμής (Social Web, Semantic Web, Mobile and Wireless Networks) που θέτουν νέες σημαντικές προκλήσεις για το επιστημονικό πεδίο του Ηλεκτρονικού Marketing.

3, ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Το Περιβάλλον του Ηλεκτρονικού Marketing

Εισαγωγή στο Μάθημα, Παρουσίαση Ορισμών και Βασικών Εννοιών. Παρουσίαση Επιτυχημένων Παραδειγμάτων Ηλεκτρονικού Marketing, Ανάλυση των Βασικών ειδών Ηλεκτρονικού Marketing, Παρουσίαση της Επιστημονικής και Ερευνητικής Κοινότητας του πεδίου με αναφορά σε ερευνητικά κέντρα, μεγάλων ελληνικών και διεθνών επιχειρήσεων του χώρου. Σύνοψη της Ερευνητικής Ατζέντας και της Επιχειρηματικής Πρακτικής του πεδίου.

Είδη Ηλεκτρονικού Marketing

Συστηματική Παρουσίαση των Διαφόρων Ειδών Ηλεκτρονικού Marketing: Online Marketing, E-mail Marketing, Επιχειρηματική Ευφυΐα και Έξυπνοι Πράκτορες (Intelligent Agents), Podcasting, Ηλεκτρονικές Αγορές (e-marketplaces), Ηλεκτρονικές δημοπρασίες, Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι, Podcasting, Διαχείριση Κοινωνικών Δικτύων κ.α.

Στρατηγικές Ηλεκτρονικού Marketing

Πλήρης ανάλυση των επιμέρους Στρατηγικών του ηλεκτρονικού Marketing: Διαχείριση Επιχειρηματικής ταυτότητας, Εξατομίκευση, Ηγεσία Κόστους, Διαφοροποίηση, Μοντέλα συμμετοχής, Αύξηση Πωλήσεων, Μοντέλα τιμολόγησης, τμηματοποίηση και Κάλυψη Αγορών, Διείσδυση σε Νέες Αγορές, Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και προϊόντων, Affiliate Marketing, Search Engine Optimization, κ.α.

Τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Marketing

Παρουσίαση τεχνολογιών και εργαλείων ηλεκτρονικού marketing. Εργαλεία επιχειρηματικής Ευφυΐας (Business Intelligence), Συστήματα Αποτελεσματικής Διαχείρισης Πόρων (Efficient Resource Planning systems), Συστήματα Διαχείρισης Σχέσεων με Πελάτες (Customer Relationship Management), Data mining and Data Warehousing, Campaign management systems, E-commerce store and E-marketing platforms, Podcasting, Search Engine

optimization tools, Bulk Mail management, Εργαλεία Διαχείρισης Προφίλ, Εργαλεία Εξατομίκευσης, Εργαλεία Σχεδιασμού Πλάνων ηλεκτρονικού Marketing, New Media

Αναδυόμενες Τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Marketing

Το Κοινωνικό Διαδίκτυο (Social web) και οι επιπτώσεις του στο ηλεκτρονικό Marketing: Παρουσίαση και Ανάλυση σε βάθος, του Web 2.0 ή αλλιώς Social Web, με απώτερο σκοπό την κατανόηση των σημαντικών αλλαγών που επιφέρει στην ηλεκτρονική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών

Ο Σημασιολογικός Ιστός (Semantic Web) και η Επιχειρηματική Ευφυΐα (Business Intelligence) Παρουσίαση προηγμένων τεχνικών, καθώς και της οντολογικής μηχανικής, στην κατεύθυνση ενδυνάμωσης των εφαρμογών του ηλεκτρονικού Marketing.

Βέλτιστες Πρακτικές και Επιχειρηματικά Μοντέλα ηλεκτρονικού Marketing.

Παρουσίαση και ανάλυση, δέκα επιλεγμένων παραδειγμάτων από το διεθνή και ελληνικό χώρο με σαφή αναφορά στο επιχειρηματικό μοντέλο που υιοθετήθηκε: π.χ. Google, Yahoo κ.α.

Επιστημονική Έρευνα και Ηλεκτρονικό Marketing

Αναλυτική Παρουσίαση ερευνητικών μεθόδων, με έμφαση σε ποιοτικές και ποσοτικές μεθόδους. Υποστήριξη σπουδαστών στην ανάπτυξη του ερευνητικού τους υποδείγματος στα πλαίσια των ομαδικών εργασιών.

4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ

1. Η επιτυχής ολοκλήρωση του μαθήματος πραγματοποιείται με την συμμετοχή των φοιτητών σε ομαδικές καθώς και με τις τελικές εξετάσεις. Η ομαδικές εργασίες (ομάδες των δύο φοιτητών) αναφέρεται σε επιμέρους θεματικά αντικείμενα του μαθήματος και υπολογίζεται στο 40% της συνολικής βαθμολογίας. Η εργασία ακολουθεί τα πρότυπα συγγραφής του Συστήματος Harvard.
2. Το δεύτερο μέρος είναι οι τελικές εξετάσεις και αποτιμάται στο 60% της συνολικής βαθμολογίας του μαθήματος .
3. Η επιτυχής ολοκλήρωση του μαθήματος εξαρτάται από την επιτυχία του φοιτητή στο κάθε μέρος του μαθήματος δηλαδή εργασίας και τελικών εξετάσεων

5. ΓΡΑΠΤΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Οι εργασίες είναι ομαδικές. Η κάθε εργασία θα περιλαμβάνει 4000 έως 6000 λέξεις και θα παρουσιαστεί ενώπιον ακροατηρίου με τη χρήση ηλεκτρονικών διαφανειών μέσω του προγράμματος PowerPoint.

Η δομή της εργασίας θα ακολουθήσει τα πρότυπα εργασιών που παρουσιάζονται στο site του μεταπτυχιακού προγράμματος. Η εργασία θα πρέπει να παραδοθεί σε ηλεκτρονική μορφή (size 12 , γραμματοσειρά times new roman και line spacing 1,5) αποθηκευμένη σε CD το οποίο θα έχει εξώφυλλο με τα ονόματα των σπουδαστών και το θέμα περιέχει:

- Την εργασία σε word
- Την παρουσίαση σας (ppt file) Επίσης η εργασία θα παραδοθεί και σε εκτυπωμένη μορφή .Οι παρουσιάσεις των εργασιών θα γίνουν θα είναι διάρκεια 10 λεπτών.

6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Miguel Todaro (2009), Internet Marketing Methods Revealed: The Complete Guide to Becoming an Internet Marketing Expert

- Tom Antion , The Ultimate Guide to Electronic Marketing for Small Business: Low-Cost/High Return Tools and Techniques that Really Work
- Brandon Eley, Shayne Tilley (2007), The Online Marketing Inside Out (Online Marketing: Sitepoint)
- Mary Lou Roberts, Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies
- Rene V. Richards (2006) Online Marketing Success Stories: Insider Secrets, from the Experts Who Are Making Millions on the Internet Today
- Evgenii Prussakov, A Practical Guide to Affiliate Marketing: Quick Reference for Affiliate Managers & Merchants
- Frontiers of Electronic Commerce, R. Kalakota, A. Whinston, Addison Wesley Publishing Company, 1996
- Electronic Commerce: The New Business Platform for the Internet, Computer Technology, Research Corp., CTR Publishers, 1995