

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

### (1) ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Σχολή Επιστήμης και Τεχνολογίας		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΠΜΣ στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και το Ψηφιακό Μάρκετινγκ (MSc in e-Business and Digital Marketing)		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Μεταπτυχιακό		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>		<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	2
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>		<b>ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ</b>	
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Διαχείριση κοινωνικών μέσων και διαδικτυακών κοινοτήτων		
<b>ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΑΣ</b>	Δρ. Αικατερίνη Τζαφίλκου		
<i>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</i> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων	ειδικού υποβάθρου		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	-		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Αγγλική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://www.ihu.gr/ucips/postgraduate-programmes/ebusiness">https://www.ihu.gr/ucips/postgraduate-programmes/ebusiness</a>		

### (2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b></p> <p>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</p> <p>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Σχεδιάζουν και εφαρμόζουν ένα επιτυχημένο σχέδιο μάρκετινγκ για την παρουσία μιας επιχείρησης στα Κοινωνικά Δίκτυα</li> </ol>

2. Προσδιορίζουν διαφορετικά μέσα αξιολόγησης της αφοσίωσης και της προσοχής των πελατών σε περιεχόμενο Κοινωνικό Δικτύων
3. Καθορίζουν το κοινό-στόχο και να δημιουργούν περιεχόμενο προσαρμοσμένο σε διαφορετικά τμήματα κοινού
4. Σχεδιάζουν και δημιουργούν καμπάνιες χρησιμοποιώντας δημοφιλή εργαλεία όπως το Meta Ads Manager
5. Εφαρμόζουν πολυμεσικό περιεχόμενο για δημιουργικά βίντεο
6. Εξάγουν δεδομένων από τα Κοινωνικά Δίκτυα, να ορίζουν KPIs και να ναγνωρίζουν τους κατάλληλους τύπους ανάλυσης δεδομένων για την ερμηνεία των επιχειρηματικών αποδόσεων στα Κοινωνικά Δίκτυα

#### **Γενικές Ικανότητες**

*Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;*

*Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*

*Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*

*Λήψη αποφάσεων*

*Αυτόνομη εργασία*

*Ομαδική εργασία*

*Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*

*Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*

*Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*

*Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*

*Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*

*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας*

*και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*

*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*

*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

*.....*

*Άλλες...*

*.....*

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Λήψη Αποφάσεων
- Ομαδική εργασία

### **(3) ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Το μάθημα δείχνει στους φοιτητές πώς να οικοδομούν σχέσεις με δυνητικούς πελάτες στις επιχειρηματικές σελίδες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πώς να καθορίζουν το κοινό-στόχο τους και να προσαρμόζουν το περιεχόμενο, πώς να σχεδιάζουν και να οικοδομούν μια αποτελεσματική στρατηγική SM τόσο για οργανικές αναρτήσεις όσο και για πληρωμένες καμπάνιες, και πώς να μετρούν και να αξιολογούν την απόδοση της προσέγγισης μάρκετινγκ.

Τα θέματα περιλαμβάνουν:

- Εκστρατείες κοινωνικού μάρκετινγκ και δημιουργικά βίντεο
- Ο ρόλος της αφοσίωσης και της προσοχής στις αναρτήσεις/διαφημίσεις στα Κοινωνικά Δίκτυα
- Το κοινό-στόχος, οι προσωποποιήσεις (personas) πελατών και τα τμήματα μάρκετινγκ
- Δημιουργία διαφημίσεων με το Meta Ads Manager
- Εξαγωγή και ανάλυση δεδομένων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

### **(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**



<p><i>Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i></p> <p><i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γραπτή αξιολόγηση στο τέλος του εξαμήνου (70%) <ul style="list-style-type: none"> <li>Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής</li> <li>Ερωτήσεις ανοιχτού Τύπου</li> </ul> </li> <li>Σενάρια Χρήσης <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αξιολόγηση ομαδικής εργασίας (30%) <ul style="list-style-type: none"> <li>Σχεδιασμός δημιουργικών βίντεο, ανάπτυξη στρατηγικής/πλάνου SM, οργανικές και πληρωμένες αναρτήσεις, KPIs και αξιολόγηση επιδόσεων.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης ανακοινώνονται στους φοιτητές κατά την πρώτη διάλεξη και είναι προσβάσιμα στην πλατφόρμα τηλεκαίτευσης.</p>
--	--

## (5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p><i>- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Social Media Marketing Workbook: How to Use social media for Business – 2019 by Jason McDonald</li> <li>2. Creating Value with Social Media Analytics: Managing, Aligning, and Mining Social Media Text, Networks, Actions, Location, Apps, Hyperlinks, Multimedia, &amp; Search Engines Data (2018). Gohar F. Khan (Author)</li> <li>3. The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Techniques for Market Researchers, (2010). Wiley, Chichester, Ray Poynter (Author)</li> <li>4. Instagram Marketing and Advertising for Small Business Owners -2019 by Steel A. (Author)</li> </ol>
--