

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (PL 0114)

Δομή και Περιεχόμενο Μαθήματος

Καθηγήτρια Μάρω Βλαχοπούλου
Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής



- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Δομή του μαθήματος

- 20% Case Study & Παρουσίαση
- 30% Εργασία
- 50% Εξετάσεις

Προτεινόμενη Βιβλιογραφία

- Μ.ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΥ – ΣΕΡΓΙΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ (2013), «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ», ISBN: 978-960-7745-32-3, Κωδ.Εύδοξος 32997535 Εκδ. Rosili, Μ.ΤΖΩΡΤΖΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ
- compus <http://compus.uom.gr/INF173/index.php>

(Υπάρχει online πρόσβαση σε εκτενή βιβλιογραφία και υλικό)

1. Παρουσίαση τύπου Powerpoint
2. Έγγραφο Word Περιγραφής case study

Ανάρτηση στο iseb.gr

Εργασία 30% (1)

- Η εργασία του μαθήματος «Πληροφοριακά Συστήματα Μάρκετινγκ» είναι ομαδική (2-4 φοιτητές/τριες).
- Κάθε ομάδα αναλαμβάνει ένα από τα παρακάτω προτεινόμενα θέματα.
- Η ολοκλήρωση της εργασίας προϋποθέτει την πραγματοποίηση των εξής διαδοχικών βημάτων (ανάλογα και με το θέμα):
- βιβλιογραφική ανασκόπηση του θέματος (αναζήτηση τουλάχιστον 10 άρθρων στο ίδιο γνωστικό αντικείμενο, τα οποία επισυνάπτονται στην εργασία)

Εργασία 30% (2)

- Βιβλιογραφική επισκόπηση - μελέτη και καταγραφή των πορισμάτων σχετικά με το γνωστικό αντικείμενο
- αναζήτηση εμπειρικών μελετών / ερευνών που αφορούν στο θέμα
- παραδείγματα εφαρμογών σε ξένη και ελληνική πραγματικότητα (μελέτες περιπτώσεων)
- προτάσεις για μελλοντική διερεύνηση του θέματος.

Εργασία 30% (3)

- Οι εργασίες θα παραδοθούν το αργότερο την ημερομηνία που ορίζεται στο compus και θα αναρτηθούν ηλεκτρονικά στις εργασίες του compus.
- Για οδηγίες και οποιαδήποτε διευκρίνιση επί του θέματος και του τρόπου ανάπτυξης, η κάθε ομάδα θα απευθύνεται αποκλειστικά στους διδάσκοντες.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

(Υποχρεωτικό μάθημα 5^{ου} εξαμήνου)

Η στρατηγική μάρκετινγκ με τη βοήθεια πληροφοριακών συστημάτων, τεχνολογιών πληροφορικής και διαδικτύου.

Η διαχείριση της πληροφορίας για τη στήριξη αποφάσεων μάρκετινγκ.

Η κατανόηση και εξοικείωση των φοιτητών/τριών με:

(α) το εννοιολογικό περιεχόμενο του ηλεκτρονικού και κινητού μάρκετινγκ, τις σύγχρονες τεχνολογίες διαχείρισης πληροφοριών και διαδικτύου στο μάρκετινγκ,

(β) τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων και σύγχρονων τεχνολογιών / εργαλείων

Η κατανόηση και εξοικείωση των φοιτητών/τριών με:

(γ) την εφαρμογή ηλεκτρονικού & κινητού επιχειρείν/
μάρκετινγκ σε επιχειρησιακά προβλήματα / δράσεις
μάρκετινγκ και

(δ) τη μέτρηση αποτελεσματικότητας των παραπάνω
συστημάτων & εφαρμογών.

Περιεχόμενο του μαθήματος (1)

- **Εννοιολογικές προσεγγίσεις.** E -marketing, Internet marketing, mobile marketing, online Marketing, digital marketing, διαφορές παραδοσιακού και διαδικτυακού / ψηφιακού Μάρκετινγκ, πεδία εφαρμογής.
- **Τυπολογία συστημάτων διαχείρισης πληροφοριών μάρκετινγκ.** Συστήματα διαχείρισης πελατών/ συνεργατών CRM / PRM (Customer / Partners Relationship Management) και διαχείρισης γνώσης μάρκετινγκ. Η χρήση των Γεωγραφικών Πληροφοριακών Συστημάτων στο μάρκετινγκ. Ηλεκτρονικά συστήματα αναγνώρισης – συλλογής πληροφοριών μάρκετινγκ. Cloud computing & Social CRM.

Περιεχόμενο του μαθήματος (2)

- Ηλεκτρονικό/ διαδικτυακό σχέδιο μάρκετινγκ, ηλεκτρονικό μίγμα μάρκετινγκ και στρατηγική ηλεκτρονικού/ κινητού (mobile) μάρκετινγκ.
- Έρευνα μάρκετινγκ βάσει καινοτόμων εργαλείων και διαδικτύου, ηλεκτρονική συμπεριφορά αγοραστών, στρατηγική τμηματοποίησης και στόχευσης πελατών, στρατηγικές διαδικτυακής τοποθέτησης, online τιμολόγηση, πώληση, διαφήμιση, πολιτική μάρκας στο διαδίκτυο.

Περιεχόμενο του μαθήματος (3)

- Ιογενές μάρκετινγκ, συνεργατικό μοντέλο (affiliate)
- Κινητό μάρκετινγκ - Mobile Marketing - Εφαρμογές
- Κοινωνικά μέσα/ δίκτυα και μάρκετινγκ
- Μάρκετινγκ μάνατζμεντ ιστοσελίδας
- Search Engine Optimization και SEMarketing
- Μέτρηση αποτελεσματικότητας ενεργειών ηλεκτρονικού μάρκετινγκ
- Πρακτικές εφαρμογές.

Τέλος Ενότητας

Δομή και Περιεχόμενο του μαθήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

