

ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ/ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ*	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ**	-		
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΤΙΤΛΟΣ Π.Μ.Σ.	Καινοτόμος και Αειφόρος Επιχειρηματικότητα		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΚΑΕ-10	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Ψηφιακό Μάρκετινγκ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
		3	6
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Επιστημονικής Περιοχής, Ειδικών γνώσεων.		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά με την χρήση Αγγλικής Ορολογίας.		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι.		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	Θα ανακοινωθεί.		

* Στην περίπτωση Διακρατικού, Διδρυματικού ή Διατμηματικού ΠΜΣ συμπληρώνονται όλα τα συμμετέχοντα Τμήματα και χαρακτηρίζεται σε παρένθεση το επισπεύδον, π.χ. Φυσικής (επισπεύδον)

** Συμπληρώνεται μόνο στην περίπτωση Διακρατικού ή Διδρυματικού ΠΜΣ

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα 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. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α (ξεχωριστό αρχείο στο e-mail) - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
Μετά το πέρας του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες αναμένεται να: - Αξιοποιούν τις θεμελιώδεις έννοιες, αρχές και μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου - Αναγνωρίζουν τα βασικά μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (π.χ., B2C, B2B, C2C και υβριδικά μοντέλα) - Αξιοποιούν την τεχνολογική υποδομή και τα εργαλεία που απαιτούνται για τη λειτουργία και τη διαχείριση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου - Κατέχουν τις θεμελιώδεις γνώσεις και αναλυτικές δεξιότητες που απαιτούνται για την επιτυχημένη έναρξη και διοίκηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- Έχουν τη δυνατότητα ανάπτυξης Επιχειρηματικής Σκέψης και Προσανατολισμού, κατανοώντας τις έννοιες της καινοτομίας, της προνοητικότητας, της ανάληψης κινδύνου, την αυτονομίας, και της ανταγωνιστικής επιθετικότητας
- Εφαρμόζουν βασικές στρατηγικές και τακτικές Ψηφιακού Μάρκετινγκ για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, όπως είναι η βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης, το μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου / γραπτών μηνυμάτων και η επί πληρωμή διαφήμιση.
- Κατανοούν τα βασικά στοιχεία της συμπεριφοράς καταναλωτή στα ψηφιακά μέσα και να εφαρμόζουν τις αρχές της τμηματοποίησης, στόχευσης και τοποθέτησης στο πλαίσιο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.
- Λαμβάνουν αποφάσεις κατευθυνόμενες από τα δεδομένα, έτσι ώστε να αναγνωρίζουν νέους τρόπους βελτίωσης των επιδόσεων της επιχείρησης στα ψηφιακά μέσα
- Εξετάζουν τις νομικές, κανονιστικές και ηθικές πτυχές που διέπουν τη λειτουργία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και του Ψηφιακού Μάρκετινγκ (π.χ., προστασία δεδομένων, ιδιωτικότητα και διαφάνεια).
- Κατέχουν τις σύγχρονες τεχνολογικές τάσεις, όπως το εμπόριο μέσω φορητών ψηφιακών συσκευών, η επαυξημένη πραγματικότητα και η τεχνητή νοημοσύνη
- Έχουν αποκτήσει και να αξιοποιούν τις απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες και τρόπο σκέψης έτσι ώστε να επιτύχουν στο δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν
- Να μπορούν να κατανοήσουν τα πεδία του υποδείγματος του επιχειρηματικού καμβά (business model canvas) στο πλαίσιο του ψηφιακού επιχειρείν
- Να μπορούν να εφαρμόσουν το εργαλείο του επιχειρηματικού καμβά για να περιγράψουν και να αναλύσουν την λειτουργία πραγματικών παραδειγμάτων επιχειρήσεων (case study analysis) με δράση στο ψηφιακό επιχειρείν
- Να μπορούν να δημιουργήσουν και να αναπτύξουν το μοντέλο του επιχειρηματικού καμβά για την περιγραφή και ανάλυση δικής τους επιχειρηματικής ψηφιακής ιδέας

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

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 διεπιστημονικό περιβάλλον, Σχεδιασμός και διαχείριση έργων, Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα, Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα προσφέρει εξειδικευμένη γνώση σε πτυχές του ηλεκτρονικού επιχειρείν & ψηφιακού μάρκετινγκ. Πιο συγκεκριμένα, καλύπτονται οι κάτωθι ενότητες:

1. Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Ορισμοί και εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, Διαφορά ψηφιακού επιχειρείν από το ηλεκτρονικό εμπόριο, Κατηγορίες και μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου – π.χ. B2B, B2C, C2C και υβριδικά, Σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας και προκλήσεις).
2. Επιχειρηματικά Μοντέλα Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Ανάλυση μοντέλων εσόδων στο ηλεκτρονικό εμπόριο, Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα).
3. Τεχνολογική Υποδομή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Βασικές τεχνολογίες που υποστηρίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, Διαδικασίες πληρωμών και ασφάλειας στο διαδίκτυο, Πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, παραδείγματα ψηφιακών τεχνολογιών για την ανάπτυξη νέων ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών).

4. Διοίκηση και Στρατηγική Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Στρατηγικές ανάπτυξης και διαφοροποίησης σε ψηφιακές αγορές, Σχεδιασμός και ανάπτυξη επιχειρήσεων e-commerce).
5. Επιχειρηματικότητα στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα, Επιχειρηματική σκέψη / προσανατολισμός και δημιουργία νέων επιχειρηματικών ιδεών με βάση τις ψηφιακές τεχνολογίες, Ανάπτυξη καινοτομίας, ανάλυση κινδύνου και ευκαιριών).
6. Επιχειρηματικός καμβάς (Business Canvas) και χρήση ψηφιακών μέσων για την υποστήριξή του. Ανάλυση με τη χρήση του εργαλείου του επιχειρηματικού καμβά συγκεκριμένων μελετών περίπτωσης (Case study analysis) πραγματικών επιχειρήσεων με δράση στο ψηφιακό επιχειρείν.
7. Πρακτικός οδηγός και βήματα για τον σχεδιασμό μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας με δράση στο ηλεκτρονικό εμπόριο (Αγορά ψηφιακού ονόματος επιχείρησης, επιλογή πλατφόρμας HE, δημιουργία e-shop, διαχείριση και ανανέωση διαδικτυακού καταστήματος, αξιολόγηση ηλεκτρονικών καταστημάτων, χρήση μετρικών αξιολόγησης).
8. Ψηφιακό Μάρκετινγκ (Ορισμός και εξέλιξη του ψηφιακού μάρκετινγκ, Κανάλια και εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ – π.χ. Στρατηγικές Βελτιστοποίησης για Μηχανές Αναζήτησης (SEO), email marketing, Μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media), μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και SMS, Ολοκληρωμένη επικοινωνία μάρκετινγκ).
9. Χρηματοοικονομικός Σχεδιασμός και χρηματοδότηση επιχειρήσεων με δράση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
10. Ανάλυση Δεδομένων και Λήψη Αποφάσεων (π.χ. Ανάλυση δεδομένων από ψηφιακές καμπάνιες, Google Analytics, KPIs).
11. Συμπεριφορά Καταναλωτή στα Ψηφιακά Μέσα (Βασικές αρχές τμηματοποίησης, στόχευσης και τοποθέτησης, Ψηφιακή αγοραστική συμπεριφορά και παράγοντες επιρροής, Τεχνικές προσαρμογής μηνυμάτων και προϊόντων ανάλογα με τον καταναλωτή).
12. Νομικές, Ηθικές και Κανονιστικές Πτυχές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Προστασία δεδομένων και ιδιωτικότητα – GDPR, Ηθικές προκλήσεις στο ψηφιακό μάρκετινγκ και την επιχειρηματικότητα, Διαφάνεια και εμπιστοσύνη στις ψηφιακές συναλλαγές).
13. Σύγχρονες Τεχνολογικές Τάσεις και Το Μέλλον του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Τεχνητή νοημοσύνη και αυτοματοποίηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο, φορητές συσκευές και τεχνολογίες επαυξημένης πραγματικότητας, Καινοτομίες και προβλέψεις για το μέλλον της αγοράς).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Εξ αποστάσεως εκπαίδευση
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	- Αξιοποίηση της πλατφόρμας MS Teams- Πλατφόρμα σύγχρονης και ασύγχρονης εκπαίδευσης: Για την πραγματοποίηση των εξ αποστάσεως διαλέξεων, των διαδικτυακών συναντήσεων με τους φοιτητές για την επίλυση αποριών και για την ανάρτηση περιεχομένου του μαθήματος και σχετικού εκπαιδευτικού υλικού όπως μελέτες περίπτωσης επιχειρήσεων ψηφιακών προϊόντων/υπηρεσιών. - Αξιοποίηση πλατφόρμας Open eClass - Πλατφόρμα Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης για την ανάρτηση περιεχομένου του μαθήματος (μελετών περίπτωσης, ανακοινώσεων, σημειώσεων θεματικών ενοτήτων). Μέσα από την συγκεκριμένη πλατφόρμα οι φοιτητές θα μπορούν να ανακτήσουν τη γνώση που απέκτησαν κατά τη διάρκεια του μαθήματος και να την ανακαλούν όποτε επιθυμούν και να την εφαρμόσουν στην πράξη μέσα από την προβολή ασκήσεων στη διαδικτυακή πλατφόρμα. - Χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και λογισμικού για τη δημιουργία Power point παρουσιάσεων με σύνδεση στο

	διαδίκτυο (Χρήση διαδικτύου και αξιοποίηση εκπαιδευτικών videos). Αξιοποίηση της επίσημης ψηφιακής πύλης και Πλατφόρμας Elevate Greece https://elevategreece.gov.gr/el/ για την κριτική ανάλυση νεοφυών επιχειρήσεων με δράση στο ψηφιακό επιχειρείν.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις και Διαδραστική Διδασκαλία	39
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	56
	Συγγραφή ατομικής εργασίας	36
	Συμμετοχή στο εργαστήριο κριτικής ανάλυσης μελετών περίπτωσης (Case study analysis) πραγματικών επιχειρήσεων με δράση στο ηλεκτρονικό εμπόριο	19
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμών, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	- Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής με τεκμηρίωση (60% του τελικού βαθμού). - Γραπτή Ατομική Εργασία 5.000 λέξεων (40% του τελικού βαθμού).	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία:

- Dave Chaffey, Tanya Hemphill, David Edmundson-Bird (2022). Ψηφιακές Επιχειρήσεις και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική και Υλοποίηση, Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 112694737, Έκδοση: 7η Αγγλική/2022, Συγγραφείς: ISBN: 9789606453441, Τύπος: Σύγγραμμα
- Διαθέτης (Εκδότης): ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge.
- Barringer, B.R. & Ireland, D. (2019) Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures 6th edition, Pearson
- Laudon. K.C. & Traver, C.G. (2024) E-commerce 2023–2024: business. technology. society., Global Edition, 18th edition

Συναφή επιστημονικά περιοδικά: Electronic Commerce Research, Electronic Commerce Research and Applications, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Social Entrepreneurship, Journal of Innovation and Entrepreneurship, Journal of Research in Interactive Marketing, Journal of Interactive Marketing.