
Digital Marketing

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του **Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ε.Κ.Π.Α.)** σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης με τίτλο **«Digital Marketing»**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το **Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning)** του Ε.Κ.Π.Α. στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Επιμόρφωσης και Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: **«Digital Marketing»**, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Σκοπός του προγράμματος είναι η πλήρης κατάρτιση του εκπαιδευόμενου αναφορικά με το αντικείμενο του Digital Marketing, δίνοντας έμφαση στην **πρακτική εφαρμογή** προκειμένου να δύναται στην συνέχεια να σχεδιάσει, να αναπτύξει και να εφαρμόσει μια **ολοκληρωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ**.

Κάνοντας μια πλήρη ανασκόπηση των **βασικών αρχών** του Μάρκετινγκ, τίθενται οι βάσεις της ορθής κατανόησης του αντικειμένου, και στην συνέχεια καλύπτεται το σύνολο των **τελευταίων τάσεων και πρακτικών** γύρω από το Digital Marketing. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παροχή **βήμα-προς-βήμα οδηγιών** ώστε ο εκπαιδευόμενος να είναι από την πρώτη στιγμή ικανός να εφαρμόσει στην πράξη αυτά στα οποία εκπαιδεύτηκε. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε α) άτομα που αποσκοπούν στο να αποκτήσουν εξοικείωση με το αντικείμενο του Digital Marketing προκειμένου να μπορούν να εργαστούν στην συνέχεια στο αντικείμενο αυτό, β) στελέχη μάρκετινγκ όλων των ιεραρχικών επιπέδων, γ) bloggers και κειμενογράφους μέσω κοινωνικής δικτύωσης, δ) εκπροσώπους για τη διαχείριση των σχέσεων με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, ε) διαχειριστές σχέσεων με τις διαδικτυακές κοινότητες, ζ) ειδικούς, σχεδιαστές στρατηγικών μέσω κοινωνικής δικτύωσης και συμβούλους, η) επιχειρηματίες με

σκοπό να τους παρέχει την εκπαίδευση προκειμένου να μπορέσουν να εξασφαλίσουν την βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της επιχείρησής τους.

Το πρόγραμμα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην **διεπιστημονικότητα** προωθώντας την προσέγγιση της γνώσης από διαφορετικές προοπτικές και γνωστικά αντικείμενα. **Δεν έχει τεχνικό χαρακτήρα** και δεν απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις Πληροφορικής. Επιπλέον καλύπτει την **νομική πλευρά** του αντικειμένου αναφερόμενο στο **νέο πλαίσιο διαχείρισης προσωπικών δεδομένων GDPR**.

Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με **πρακτικό μάθημα** που περιλαμβάνει και την **ενεργή συμμετοχή του εκπαιδευόμενου** στο να φτιάξει την δική του **start up επιχείρηση**, να οργανώσει το marketing επιχείρησής και να μελετήσει πετυχημένες στρατηγικές digital marketing σε επιχειρήσεις. Το πρακτικό μέρος τον φέρει στην αγορά και στις απαιτήσεις του σύγχρονου τρόπου ψηφιακού marketing. Μέσα από την εκπαιδευτική υποστήριξη θα εμπλακεί και θα εμπεδώσει ουσιαστικότερα την διαδικασία και τα αποτελέσματα του digital marketing. Σε όλη την διάρκεια του προγράμματος παρέχονται **live streaming συναντήσεις με εξειδικευμένο εισηγητή**.

3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με συναφή στο αντικείμενο εργασιακή εμπειρία

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://elearningekpa.gr/>

4. ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:

- ▶ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ▶ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ▶ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών

5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η διδασκαλία στα προγράμματα εξ αποστάσεως επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ διεξάγεται μέσω του διαδικτύου, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «*αυτονομία*», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Κατά την εξέλιξη κάθε θεματικής ενότητας αναρτώνται σε σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

Παράλληλα, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τις θεματικές ενότητες και τις ασκήσεις αξιολόγησης ή την τελική εργασία.

6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του **Πιστοποιητικού Εξειδικευμένης Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση

που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσότερων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

7. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης**

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ, επικοινωνεί τηλεφωνικώς με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετώπισαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ.).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

Αναλυτική περιγραφή των παραπάνω υπάρχει στον Κανονισμό Σπουδών:

<https://elearningekpa.gr/regulation>

8. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού είναι μέλη ΔΕΠ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών ή και ειδικοί εμπειρογνώμονες με ιδιαίτερη συγγραφική καταξίωση, οι οποίοι κατέχουν πολύ βασικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος.

9. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει **7 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Μάθημα - Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Μάρκετινγκ

Διδακτική Ενότητα 1: Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Το Μείγμα Μάρκετινγκ

Βασική επιδίωξη της ενότητας αυτής είναι αρχικά να παρουσιαστεί, να αναπτυχθεί και να εξεταστεί η φύση και η αναγκαιότητα του μάρκετινγκ. Έτσι, μέσω της διαχρονικής εξέλιξης της

επιχειρηματικής δράσης, γίνεται αναφορά στο τι αποτελεί μάρκετινγκ σήμερα και το τι είναι και ποια στοιχεία αποτελούν το μείγμα του μάρκετινγκ. Για κάθε στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να ληφθούν οι κατάλληλες αποφάσεις προκειμένου η επιχείρηση να μπορέσει να πετύχει τους στόχους της και να εξασφαλίσει την ανάπτυξη και την επιβίωσή της.

Διδακτική Ενότητα 2: Ανάλυση Περιβάλλοντος και Ανταγωνισμού – Έμφαση στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Βασική επιδίωξη της παρούσας διδακτικής ενότητας είναι, αρχικά, να παρουσιάσει για τον επιχειρηματία την ανάγκη μελέτης του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης πριν ξεκινήσει οποιαδήποτε επιχειρηματική δράση. Έτσι, αναλύονται οι συνιστώσες του εξωτερικού περιβάλλοντος, ορίζεται η σπουδαιότητά τους, και παρέχεται η κατάλληλη γνώση που επιτρέπει την προσαρμογή της επιχείρησης στις εξωτερικές συνθήκες μέσω της διαδικασίας της τμηματοποίησης, της στόχευσης και της τοποθέτησης. Στη συνέχεια, παρέχονται στρατηγικές που θα πρέπει να ακολουθηθούν ανάλογα με τις συνθήκες του περιβάλλοντος, και αναλύεται η φύση των ΜμΕ επιχειρήσεων, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους, καθώς και οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας.

Διδακτική Ενότητα 3: Αρχές Συμπεριφοράς Καταναλωτή - Customer Funnel and Journey

Η ενότητα αυτή επιδιώκει να παραθέσει τις βασικές αρχές της μελέτης της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή και να υποδείξει την αναγκαιότητα για εξέταση του τρόπου λήψης των αγοραστικών αποφάσεων της αγοράς-στόχου. Έτσι λοιπόν, αναλύονται τα στάδια της αγοραστικής απόφασης όπως επίσης και οι πηγές από τις οποίες ο καταναλωτής επηρεάζεται και που θα πρέπει να επιχειρείται ο προσδιορισμός τους. Η μελέτη του Customer Funnel and Journey στο οποίο θα εστιάσουμε σύμφωνα με τις σύγχρονες θεωρήσεις, προσδιορίζει την ακριβή διαδρομή που ακολουθεί ο πελάτης προκειμένου να προβεί σε αγορά και συνεπώς η μελέτη του είναι αναγκαία. Στην συνέχεια τονίζεται η ανάγκη για προσδιορισμό του βαθμού ανάμειξης του καταναλωτή με την αγορά, παρουσιάζονται η θεωρία των πολυκριτηριακών μοντέλων απόφασης, στρατηγικές για την αξιοποίησή τους, καθώς επίσης και οι βασικοί κανόνες επιλογής προϊόντος.

Διδακτική Ενότητα 4: Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Νέο Επιχειρηματικό Περιβάλλον - Οφέλη και Ταξινόμηση των Ηλεκτρονικών Συναλλαγών

Η ενότητα αυτή επιδιώκει να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στον κόσμο του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. Εξετάζεται αρχικά το τι είναι το ηλεκτρονικό επιχειρείν, το τί περιλαμβάνει και ποιά είναι τα βασικά χαρακτηριστικά του. Στην συνέχεια γίνεται διάκριση μεταξύ του μερικού και του αμιγούς

Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και μια σύντομη ιστορική αναδρομή στο πώς φτάσαμε στην σημερινή του μορφή. Παρουσιάζονται παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων προκειμένου να διδαχθούμε από αυτές. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και παρατίθεται μια ταξινόμηση στην οποία μπορούν να ενταχθούν όλες οι σύγχρονες μορφές Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικής δράσης.

Διδακτική Ενότητα 5: Ανταγωνισμός, Δραστηριοποίηση και Επιχειρηματικά Μοντέλα στο Ηλεκτρονικό Περιβάλλον

Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να κατανοηθεί η φύση του ανταγωνισμού στο Ηλεκτρονικό περιβάλλον και να δωθούν τα μέσα και οι γνώσεις ώστε να μπορέσει ο εκπαιδευόμενος να προσδιορίσει το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί και επομένως να χαράξει αποτελεσματικότερα την στρατηγική του. Έτσι λοιπόν, εξετάζονται οι βασικοί παράγοντες του ανταγωνισμού με την βοήθεια των δημοφιλέστερων εργαλείων ανάλυσης. Στην συνέχεια, εξετάζονται τα εναλλακτικά μοντέλα εσόδων και Επιχειρησιακά μοντέλα στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.

Διδακτική Ενότητα 6: Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ, Branding και Online Strategy - Καινοτομία και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Η ενότητα αυτή αποσκοπεί στο να εισάγει τον εκπαιδευόμενο στον κόσμο του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ. Έτσι, εξετάζονται τα επιπλέον χαρακτηριστικά του που θα πρέπει να εστιάσουμε σε σχέση με το παραδοσιακό μάρκετινγκ. Αναλύονται τα 7p του μείγματος του και παρατίθενται συμβουλές για την σωστή δημιουργία ιστοθέσης. Παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του Ηλεκτρονικού Καταναλωτή προκειμένου ο εκπαιδευόμενος να εξοικειωθεί με τα νέα γνωρίσματα των δυνητικών και υπάρχοντων πελατών του. Ταξινομούνται τα προϊόντων στις ηλεκτρονικές αγορές γεγονός που καθορίζει και την επιλογή των στρατηγικών δράσης. Εισαγόμαστε στις αρχές του Branding και τα βασικά σημεία του. Ακόμα, γίνεται παρουσίαση της έννοιας της καινοτομίας και το κατά πόσον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπερτερούν ή υστερούν στον τομέα αυτό σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Μάθημα - Νέες Τάσεις του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ στην Πράξη: Content - Affiliate - Mobile - Email - B2B Platforms - Reviews - YouTube and Ads

Διδακτική Ενότητα 1: Content Marketing - Affiliate Marketing – Personalization

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα ξεκινάμε την επισκόπηση μας στα σύγχρονα ζητήματα που αποτελούν τις τελευταίες τάσεις του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ και του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν.

Αναφερόμαστε στο Content Marketing (Marketing Περιεχομένου), αναλύοντας την σημασία του και τους εναλλακτικούς τρόπους μέσω των οποίων μπορούμε να το αξιοποιήσουμε για να επιτύχουμε πολλαπλούς στόχους. Επιπλέον, μέσω του Affiliate Marketing (Marketing Συνεργατών) θα προσεγγίσουμε το πώς μπορούμε να διαφημιστούμε σε πολλαπλές ιστοσελίδες αλλά και πώς να κερδίσουμε χρήματα διαφημίζοντας άλλους. Τέλος, αναλύουμε το ζήτημα του Personalization που αποτελεί κυρίαρχη τάση της εποχής, δηλαδή την προσέγγιση του δυνητικού πελάτη μέσω περιεχομένου που αφορά ειδικά αυτόν βασιζόμενοι σε δεδομένα της συμπεριφοράς του.

Διδακτική Ενότητα 2: Mobile Marketing - Copywriting - Artificial Intelligence - Augmented and Virtual Reality

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα αναφερόμαστε στα σύγχρονα ζητήματα που άπτονται του Mobile Marketing, έναν από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους κλάδους του Digital Marketing. Στο πλαίσιο αυτό, αναφέρουμε τους δυνατούς τρόπους μέσω των οποίων μπορούμε να το αξιοποιήσουμε. Στην συνέχεια αναφέρουμε βασικές συμβουλές γύρω από το αντικείμενο του Copywriting, δηλαδή της δημιουργίας κειμένου διαφημίσεων για σκοπούς Μάρκετινγκ. Επιπλέον, εστιάζουμε σε εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης στο τομέα μας, αλλά και στο πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε εφαρμογές Μεγεθυμένης και Εικονικής Πραγματικότητας.

Διδακτική Ενότητα 3: Email Platforms - B2B Platforms

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να εξετάσει ζητήματα γύρω από τις email platforms και τις B2B platforms. Οι πλατφόρμες μαζικής αποστολής email αποτελούν ένα απαραίτητο εργαλείο ψηφιακής επιχειρηματικής δράσης. Προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες χωρίς μεγάλο κόστος, και έχουν πλήθος εργαλείων που μπορούν να αξιοποιηθούν με ευκολία. Στα πλαίσια αυτά, παρουσιάζουμε έναν βήμα-προς-βήμα οδηγό πολύ γνωστής και ευρέως χρησιμοποιούμενης πλατφόρμας. Επιπλέον, εξετάζουμε γνωστές B2B πλατφόρμες, καθώς πλέον οι διεπιχειρησιακές αγορές έχουν καταλάβει έναν τεράστιο όγκο συναλλαγών.

Διδακτική Ενότητα 4: Ratings and Review Sites - TripAdvisor / Αντιμετώπιση Fake reviews and Haters - YouTube and Advertising

Η παρούσα διδακτική ενότητα στοχεύει στην εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τις ιστοθέσεις Social News και Bookmarking, Rating and Reviewing και Online Booking, αλλά και στη δημιουργία διαφημίσεων στο YouTube. Τα συγκεκριμένα εργαλεία του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ μπορούν να αποτελέσουν έναν ισχυρό τρόπο άσκησης επιχειρηματικής δράσης και προώθησης των σκοπών της επιχείρησης. Έτσι, λοιπόν, αναλύεται το τι ακριβώς είναι, ποιος είναι ο τρόπος λειτουργίας τους και

το τι σημαίνουν οι βασικοί όροι που χρησιμοποιούνται. Στη συνέχεια, παρέχονται χρήσιμες συμβουλές για την καλύτερη αξιοποίησή τους.

Μάθημα - Νομικά Ζητήματα Digital Marketing

Διδακτική Ενότητα 1: Νομικά Ζητήματα Digital Marketing A

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιασθούν οι βασικές έννοιες της νομοθεσίας περί προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Ειδικότερα, στόχος της ενότητας είναι να αναλυθούν οι σχετικές έννοιες, ώστε να εξοικειωθεί ο εκπαιδευόμενος με το βασικό πλαίσιο της νομοθεσίας περί προστασίας προσωπικών δεδομένων, το οποίο αφορά κάθε επιχείρηση και επαγγελματία που επεξεργάζεται προσωπικά δεδομένα.

Διδακτική Ενότητα 2: Νομικά Ζητήματα Digital Marketing B

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιασθούν οι κυριότερες μέθοδοι άμεσης προώθησης προϊόντων στο διαδίκτυο από τη σκοπιά της νομοθεσίας προσωπικών δεδομένων. Ειδικότερα, στόχος της ενότητας είναι να εξετασθούν οι υποχρεώσεις που επιβάλλει ο νόμος στους υπεύθυνους και τους εκτελούντες την επεξεργασία αναφορικά με την αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το profiling και τα cookies, ώστε η επεξεργασία των δεδομένων κατά τον τρόπο αυτό να είναι νόμιμη.

Μάθημα - Μάρκετινγκ για τις Μηχανές Αναζήτησης (SEM) και Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO)

Ο σκοπός του μαθήματος είναι εισάγει τον εκπαιδευόμενο στις έννοιες του SEM και του SEO καθώς επίσης να δοθούν στον εκπαιδευόμενο, οι απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες που αφορούν στη λήψη αποφάσεων ενός στελέχους Μάρκετινγκ για την άνοδο στην κατάταξη αξιολόγησης του website της επιχείρησης από τις μηχανές αναζήτησης.

Έπειτα θα γίνει σύγκριση των δυνατοτήτων που μας δίνει το SEO και το PPC και στη συνέχεια θα παρουσιαστεί η καλύτερη στρατηγική ως απόσταγμα της μίξης SEO και PPC. Ως επόμενο βήμα θα παρουσιαστούν τα εργαλεία για την εύρεση κατάλληλων λέξεων-κλειδιών για ένα Website.

Επίσης θα παρουσιαστεί η βασική δομή ενός Website και ενός WordPress site και θα αναλυθούν τα tags που επηρεάζουν την κατάταξη του Website στις λίστες των μηχανών αναζήτησης. Τέλος, θα παρουσιαστεί ο σχεδιασμός του Website ως παράγοντας που επηρεάζει την κατάταξη του Website στις μηχανές αναζήτησης.

Διδακτική Ενότητα 1: Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ για τις Μηχανές Αναζήτησης(SEM) και στην Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO)

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναδείξει και να εξηγήσει τη σημασία που έχει η Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO) για το Μάρκετινγκ και το SEM. Πιο αναλυτικά θα παρουσιαστεί η Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO) μέσα από το οπτικό πρίσμα του Μάρκετινγκ και του SEM και το αντίστροφο. Επίσης, θα γίνει αναλυτική παρουσίαση του SEO και του PPC, των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων τους και της δυνατότητας συνδυασμού αυτών για την επίτευξη της ανόδου των πωλήσεων σε σύντομο χρονικό διάστημα μέσω της αύξησης της επισκεψιμότητας ενός website.

Διδακτική Ενότητα 2: Έρευνα Λέξεων - Κλειδιών

Σκοπός της ενότητας είναι να αναδείξει τη σημασία που έχουν για το Μάρκετινγκ οι λέξεις-κλειδιά που πληκτρολογεί ο χρήστης σε μία μηχανή αναζήτησης. Επίσης θα παρουσιαστούν οι δυνατότητες σε σχέση με την επιλογή κατάλληλων για το website λέξεων-κλειδιών καθώς και την προτεραιότητα που δίνουμε στις λέξεις-κλειδιά. Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν τα κατάλληλα εργαλεία για την επιλογή των πιο κατάλληλων λέξεων-κλειδιών. Επίσης θα παρουσιαστούν αντίστοιχα εργαλεία που μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει σε ένα WordPress Website.

Διδακτική Ενότητα 3: Συγγραφή Βελτιστοποιημένου Περιεχομένου

Σκοπός της ενότητας είναι να παρουσιαστεί η βασική δομή και η λειτουργία μιας HTML σελίδας. Πιο αναλυτικά θα εξηγηθεί ο ρόλος των HTML tags και με ποιον τρόπο κάποια από αυτά επηρεάζουν την αξιολόγηση του website από τις μηχανές αναζήτησης. Ειδικότερα, θα παρουσιαστούν λύσεις σε σχέση με την τροποποίηση του περιεχομένου του καταλόγου οδηγιών και καλές πρακτικές για τίτλους που ανεβάζουν την αξιολόγηση του Website από τις μηχανές αναζήτησης. Τέλος, θα γίνει παρόμοια ανάλυση και παρουσίαση για ένα WordPress Website.

Διδακτική Ενότητα 4: Θέματα Σχεδιασμού Ιστοσελίδας, Υποβολής και Καταλογογράφηση στα Κύρια Εργαλεία Αναζήτησης

Σκοπός της ενότητας είναι να γνωρίσουν οι εκπαιδευόμενοι τους τρόπους σάρωσης των σελίδων από τις μηχανές αναζήτησης και πως θα μπορούν, με παρεμβάσεις στο σχεδιασμό των σελίδων, να ανεβάσουν στην κατάταξη των μηχανών αναζήτησης το Website. Επίσης θα δοθούν χρηστικές πληροφορίες σε σχέση με την καταλογογράφηση των ανανεωμένων σελίδων κι ο τρόπος καταγραφής της βελτίωσης της κατάταξης.

Μάθημα - Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα

Διδακτική Ενότητα 1: Επιχειρηματική Βιωσιμότητα

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα αναλυθούν το επιχειρηματικό σχέδιο και τα στοιχεία που περιλαμβάνει. Στη συνέχεια θα εξεταστούν η επιλογή των στόχων της επιχείρησης και η απεικόνισή τους στο επιχειρηματικό σχέδιο. Αμέσως μετά θα παρουσιαστούν οι μορφές και η διάρθρωση του επιχειρηματικού σχεδίου, και θα αναλυθούν τα επιμέρους τμήματά του. Τέλος, θα δοθεί η σύνδεση της επιχειρηματικής βιωσιμότητας με το επιχειρηματικό σχέδιο.

Διδακτική Ενότητα 2: Επιχειρηματικές Δυσκολίες και Επιχειρηματική Αποτυχία

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα επικεντρωθούμε αρχικά στη βιβλιογραφική αναφορά σχετικά με τη διάκριση των μορφών της επιχειρηματικής αποτυχίας, καθώς και στην επεξήγηση της έννοιας της πτώχευσης μιας εταιρίας. Επιπλέον, θα αναλύσουμε την αντιμετώπιση αποτυχημένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιόδους οικονομικής ύφεσης. Τέλος, θα παραθέσουμε υποδείγματα αντιμετώπισης πτωχευμένων εταιριών και μελέτες περίπτωσης συγκεκριμένων επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε πτώχευση και δεν μπόρεσαν να επανέλθουν, αλλά και επιχειρήσεων που οδηγήθηκαν σε επιχειρηματική αποτυχία, αλλά κατάφεραν να επανακάμψουν και να επιστρέψουν στο δρόμο των επιχειρηματικών επιτυχιών. Επίσης, θα αναλυθούν οι λόγοι τόσο στις περιπτώσεις της αποτυχίας όσο και σε αυτές της επανένταξης στο επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

Διδακτική Ενότητα 3: Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα θα αναπτυχθεί η έννοια, η σημασία και ο ρόλος της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας, μέσα στο πλαίσιο της ανταγωνιστικής λειτουργίας των επιχειρήσεων. Θα παρουσιαστούν βασικά χαρακτηριστικά της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας και θα αναλυθεί ο ρόλος της ηγεσίας και του ηγέτη. Ακολούθως, θα εξεταστεί η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Πολύ σημαντική στην ανάλυση είναι η στρατηγική της μακροχρόνιας ανάπτυξης της επιχείρησης που ακολουθεί, ενώ το κεφάλαιο κλείνει με την παρουσίαση επιχειρήσεων, από τον ελληνικό και διεθνή επιχειρηματικό κόσμο, που έχουν καταφέρει να επιτύχουν στον τομέα δραστηριοποίησής τους.

Διδακτική Ενότητα 4: Διοίκηση και Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων της Επιχείρησης

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα, θα αναλυθεί η έννοια και το περιεχόμενο της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων, η σημασία της στη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς και η αξιοποίησή της

προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Οι έννοιες της δια βίου μάθησης και της εργασιακής επιμόρφωσης αποτελούν ιδιαίτερο τμήμα του παρόντος κεφαλαίου, ενώ παρατίθενται συγκριτικά στοιχεία που αφορούν τόσο την ελληνική πραγματικότητα όσο και το εξωτερικό. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην αποτελεσματική επικοινωνία μέσα στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, αλλά και στους τρόπους με τους οποίους προχωρούν στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις. Τέλος, παρουσιάζονται επιχειρήσεις που έχουν λάβει βραβεία ως προς την εταιρική κοινωνική τους ευθύνη, καθώς και ως προς το εργασιακό τους περιβάλλον.

Διδακτική Ενότητα 5: Προώθηση Πωλήσεων και Τιμολόγηση

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να παρουσιάσει ορισμένες βασικές πτυχές της επιστήμης του marketing (mkg). Γι' αυτόν το λόγο, αρχικά αναλύεται η χρησιμότητά της και η έννοια του σχεδίου marketing, ενώ στη συνέχεια παρουσιάζεται αναλυτικά η έννοια του μείγματος marketing. Τέλος αναλύεται η σπουδαιότητα της σύνταξης του σχεδίου μάρκετινγκ, αναλύονται τα περιεχόμενά του και γίνεται αναφορά στην εκπόνηση του.

Μάθημα - Βήμα προς Βήμα Διαχείριση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και Λογισμικών για Προγραμματισμό, Δημιουργία, Παρακολούθηση και Αναπροσαρμογή Εκστρατείας

Διδακτική Ενότητα 1: Προγραμματισμός Πλάνου Εκστρατείας Social Media - Omnichannel Marketing

Στην παρούσα διδακτική ενότητα θα κάνουμε μια επισκόπηση των βασικών βημάτων που θα πρέπει να ακολουθούμε κατά την δημιουργία ενός πλάνου εκστρατείας Social Media. Παράλληλα, θα παραθέσουμε έναν οδηγό τον οποίο οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν σε μελλοντική δική τους εκστρατεία σαν πρότυπο. Στην συνέχεια, θα αναφερθούμε στο τι είναι το Omnichannel Marketing και στο ρόλο του στο σύγχρονο ψηφιακό μάρκετινγκ. Θα παραθέσουμε αποτελέσματα έρευνας σχετικά με τις τάσεις των χρηστών γύρω από αυτό, και θα παρέχουμε τις βασικές αρχές.

Διδακτική Ενότητα 2: Έρευνα και Παρακολούθηση της Συμπεριφοράς των Χρηστών - Google Keywords Planner - Google Pagespeed Insights – Trends

Στην παρούσα διδακτική ενότητα παρέχουμε έναν βήμα-προς-βήμα οδηγό αναφορικά με τον τρόπο χρήσης των εργαλείων Google Keywords Planner, PageSpeed Insights, και Trends. Σκοπός μας είναι να παρακολουθήσουμε την συμπεριφορά των χρηστών τόσο σε σχέση με τις λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιούν, αλλά και σε σχέση με τα θέματα/αντικείμενα τα οποία αναζητούν στο διαδίκτυο. Επιπλέον αποσκοπούμε στο να πάρουμε νέες ιδέες για λέξεις κλειδιά και να βελτιστοποιήσουμε αυτές που χρησιμοποιούμε, να εξετάσουμε τα τρέχοντα θέματα που ελκύουν το ενδιαφέρον των

χρηστών, το τί συζητάνε για εμάς και τους ανταγωνιστές, αλλά και να πάρουμε ιδέες για την δημιουργία περιεχομένου (content).

Διδακτική Ενότητα 3: Βήμα προς Βήμα δημιουργία On-Line διαφημίσεων: Google Ads

Στην ενότητα αυτή παρέχουμε έναν ολοκληρωμένο και βήμα-προς-βήμα οδηγό χρήσης των Google Ads, με επεξήγηση των λειτουργιών που παρέχουν, και ανάλυση κάθε βήματος που θα πρέπει να ακολουθήσουμε προκειμένου να δημιουργήσουμε μια αποτελεσματική εκστρατεία. Εξετάζουμε όλες τις παραμέτρους όπως τις στρατηγικές προσφορών, τους διαφορετικούς τύπους εκστρατείας, την επιλογή τοποθεσίας, την συγγραφή κειμένου, το A/B testing, την επιλογή και εύρεση των λέξεων κλειδίων, την παρακολούθηση της πορείας και τις αναγκαίες προσαρμογές, την λειτουργία του Remarketing, αλλά και την λειτουργία του δείκτη ποιότητας ο οποίος μας προσφέρει χρήσιμη πληροφόρηση προκειμένου να προβούμε σε διορθωτικές ενέργειες.

Διδακτική Ενότητα 4: Βήμα προς Βήμα δημιουργία On-Line διαφημίσεων: Facebooks Ads - Διαχείριση Κοινότητας: Αλληλεπίδραση με τους Χρήστες και Διαχείριση Αρνητικών Σχολίων – Bots

Η ενότητα αυτή αποσκοπεί στο να παρέχει έναν πλήρη, βήμα-προς-βήμα οδηγό αναφορικά με την δημιουργία διαφημίσεων στο Facebook. Στο πλαίσιο αυτό, αναλύεται διεξοδικά η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί, και εξετάζονται οι πολλαπλές εναλλακτικές επιλογές που παρέχονται για κάθε στόχο μάρκετινγκ καθώς και η λειτουργία του Remarketing. Για κάθε κατηγορία διαφημίσεων παρουσιάζεται το σύνολο των εναλλακτικών, το πότε θα πρέπει να χρησιμοποιούνται ανάλογα με το τι επιθυμούμε να πετύχουμε, το A/B testing και παρέχονται χρήσιμες συμβουλές. Επιπλέον, παρέχουμε συμβουλές για την Διαχείριση μιας Κοινότητας, την αλληλεπίδραση με τους χρήστες και την διαχείριση αρνητικών σχολίων, καθώς και το εργαλείο των Bots.

Διδακτική Ενότητα 5: Το Facebook E-Store και η λειτουργία του - Facebook Insights and Pixel - LinkedIn - Instagram and Influencers

Στην παρούσα διδακτική ενότητα εστιάζουμε ιδιαιτέρως στην χρήση του Facebook ως εργαλείου επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Στα πλαίσια αυτά, εξετάζουμε τον ολοκληρωμένο τρόπο διαχείρισης της επιχείρησής μας όπως παρέχεται μέσω της εφαρμογής Facebook Business Manager και την αξιοποίηση των Analytics που μας προσφέρονται. Επιπλέον, αναφερόμαστε στην βήμα προς βήμα λειτουργία και χρήση του Insights και του Pixel, τα οποία αποτελούν απαραίτητο συμπλήρωμα μιας ολοκληρωμένης και ορθά σχεδιασμένης on-line δράσης. Στην συνέχεια εστιάζουμε στην

λειτουργία του Instagram, την δημιουργία διαφημίσεων σε αυτό, αλλά και το φαινόμενο των Influencers παρουσιάζοντας τρόπους αξιοποίησής τους.

Διδακτική Ενότητα 6: Παρακολούθηση Διαφημίσεων, Επισκεψιμότητας και Αποφάσεις Αναθεώρησης: Google Analytics και Λογισμικά Εποπτείας Εκστρατειών

Στην παρούσα διδακτική ενότητα κάνουμε μια ανασκόπηση των βασικών λειτουργιών του Google Analytics. Σκοπός μας είναι να παρουσιάσουμε τις βασικές πληροφορίες που μπορούμε να αντλήσουμε και να εξετάσουμε τον τρόπο αξιοποίησής τους παρέχοντας έναν βήμα-προς-βήμα οδηγό. Επιπλέον, εξετάζουμε την χρησιμότητα και τις δυνατότητες των λογισμικών Social Media Management κάνοντας επισκόπηση των βασικότερων από αυτά που είναι διαθέσιμα στην αγορά.

Μάθημα - Πρακτική Εξάσκηση Digital Marketing

Διδακτική Ενότητα 1: Φτιάξε τη Δική σου Ιδέα / Startup Επιχείρηση

Σε αυτή την διδακτική ενότητα ήρθε η ώρα να δημιουργήσετε ένα ψηφιακό σχέδιο μάρκετινγκ το οποίο θα βασίζεται σε ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα ή μια νέα Startup επιχείρηση. Θα παραθέσουμε λοιπόν και πάλι όλα τα απαραίτητα βήματα τα οποία έχουν μεν αναλυθεί σε προηγούμενη Διδακτική Ενότητα, όμως θα τα συνοψίσουμε ώστε να μπορείτε να βασιστείτε πάνω τους.

Διδακτική Ενότητα 2: Μελέτη Περίπτωσης μιας Συγκεκριμένης Επιχείρησης

Σε αυτήν την διδακτική ενότητα οι εκπαιδευόμενοι καλούνται να μελετήσουν μια ήδη υπάρχουσα επιχείρηση και να δημιουργήσουν βέλτιστες πρακτικές για την παρουσία της στο διαδίκτυο μέσω εργαλείων Digital Marketing. Εδώ αναλύεται η κριτική ικανότητα των εκπαιδευόμενων και η αντίληψή τους να κατανοήσουν μέσω μιας υπαρκτής περίπτωσης πιθανά κενά σημεία ή λανθασμένες πρακτικές με στόχο την ανάδειξή τους και δημιουργίας νέων στρατηγικών που θα επιφέρουν καλύτερα αποτελέσματα. Η αλληλεπίδραση με τον εκπαιδευτή θα αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα εκμάθησης.

Διδακτική Ενότητα 3: Επιτυχημένες Μελέτες Περίπτωσης

Σε αυτήν τη διδακτική ενότητα, η οποία αποτελεί και την τελευταία ενότητα στην πρακτική εφαρμογή του digital marketing, παρουσιάζονται στους εκπαιδευόμενους μελέτες περίπτωσης επιχειρήσεων που κατάφεραν με την χρήση των πρακτικών που διδάχθησαν να πετύχουν τα επιθυμητά τους αποτελέσματα. Ο τρόπος δράσης τους αναλύεται, προκειμένου να αποτελέσουν

παράδειγμα επιτυχημένου Digital Marketing. Με τον τρόπο αυτό οι εκπαιδευόμενοι κατανοούν το ποιοι παράγοντες μπορούν να επιφέρουν την επιτυχία.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος θα πραγματοποιηθούν ορισμένες προαιρετικές live streaming συνεδρίες:

***Live Διάλεξη 1: Βασικές Αρχές Παραδοσιακού και Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ**

***Live Διάλεξη 2: Νέες Τάσεις του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ - Έμφαση στα Βασικά Σημεία Πρακτικής Εφαρμογής**

***Live Διάλεξη 3: Facebook Ads - Google Ads**

***Live Διάλεξη 4: Google Analytics - Facebook Insights - LinkedIn Profile Setting**