



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

ΜΑΘΗΜΑ:

**Ηλεκτρονικό Επιχειρείν**

**e-Business**

**ISC301**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ  
ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΔΟΜΗ  
ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Μάθημα: e-Business

Μάρω Βλαχοπούλου, email: [mavla@uom.edu.gr](mailto:mavla@uom.edu.gr)

Καθηγήτρια Ψηφιακού Μάρκετινγκ & e-Επιχειρείν

Διευθύντρια του εργαστηρίου ISeBlab - Πληροφοριακών Συστημάτων & e-Επιχειρείν Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, ΠΑΜΑΚ

# Ψηφιοποίηση Επιχειρήσεων

- Η χρήση του διαδικτύου αποτελεί πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας για σχεδόν 30% του παγκόσμιου πληθυσμού και πάνω από 50% του Ευρωπαϊκού.
- Η χρήση του σε καθημερινές ασχολίες πηγάζει και από την ευρεία χρήση του σε επιχειρηματικό επίπεδο
- Η σύγχρονες επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που τους δίνουν οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών (πέρα από το διαδίκτυο) για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν με επιτυχία στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον.



παρουσίαση,  
ανάλυση και  
σχεδιασμός

καινοτόμων μοντέλων ηλεκτρονικού  
εμπορίου/ επιχειρείν, κινητού  
εμπορίου, καθώς και μοντέλων  
κοινωνικής δικτύωσης (Κοινωνικών  
Μέσων)

σε ψηφιακό περιβάλλον

eBUSINESS  
DIGITAL  
ENTERPRISE

• Η ανάπτυξη, ο σχεδιασμός, η χρήση και τέλος η μέτρηση της αποτελεσματικότητας των ιστοσελίδων και ιστοτόπων ηλεκτρονικών καταστημάτων με τη χρήση διαδικτυακών τεχνολογιών

για την εφαρμογή καινοτόμων μοντέλων e-m εμπορίου/επιχειρείν και κοινωνικής δικτύωσης σε ψηφιακό περιβάλλον

eBUSINESS  
DIGITAL  
ENTERPRISE

# Στα πλαίσια του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

(α) να κατανοήσουν και να εξοικειωθούν με το **ψηφιακό περιβάλλον**, την **ψηφιακή επιχείρηση**, τις δυνατότητες **ηλεκτρονικού μετασχηματισμού** επιχειρησιακών διαδικασιών

(β) να μελετήσουν τη **Χαρτογράφηση κύκλου ζωής του πελάτη - Customer Journey Map** - (Ανάπτυξη του **προφίλ πελατών / personas** βάσει δεδομένων, βοηθητικά εργαλεία) και να κατανοήσουν την έννοια **UX user experience**.

# Στα πλαίσια του μαθήματος οι συμμετέχοντες θα πρέπει:

(γ) να προσεγγίσουν και να αναλύσουν **καινοτόμα μοντέλα** ηλεκτρονικού και **κινητού επιχειρείν**, διαφόρους **τύπους κοινωνικών μέσων και εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης** με τη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών / εργαλείων / εφαρμογών σε διαδικτυακό περιβάλλον

(δ) να εξασκηθούν με **πρακτικές εφαρμογές σε διάφορους επιχειρησιακούς κλάδους** (όπως: δήμοι κοινότητες- έξυπνη πόλη – μεταφορές/ logistics- υγεία –τουρισμός – τράπεζες – νομικές εταιρίες - εκπαίδευση- περιβάλλον)

# Χαρτογράφηση κύκλου ζωής πελάτη - Customer Journey Map & Ανάπτυξη προφίλ πελατών / personas με ηλεκτρονικά εργαλεία για :

## ■ Εντοπισμός των αναγκών του καταναλωτή

- Μπορώ να χρησιμοποιήσω το Διαδίκτυο στην έρευνα επιχειρηματικής δράσης
- Ανάγκες / επιθυμίες πελατών???
- **Πρόβλεψη των αναγκών του καταναλωτή**
  - για ψηφιακά προϊόντα/ υπηρεσίες

## ■ Ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή

## ■ Με κερδοφόρες κινήσεις & αποτελεσματικότητα

**Επιχειρησιακές διαδικασίες**

<b>Ανεύρεση και προσέλκυση πελατών</b>	<b>Μετατροπή επισκεπτών σε πελάτες / Κατάρτιση πρότασης αξίας</b>	<b>Διατήρηση πελατών και ανάπτυξη</b>
Βελτιστοποίηση για τις μηχανές αναζήτησης	Κατάρτιση πρότασης αξίας	Κατάρτιση πρότασης αξίας
Αναζήτηση με χρέωση ανά κλικ	Δημιουργία περιεχομένου	Μηνύματα επικοινωνίας
Συνεργασίες / συνεργάτες προώθησης προϊόντων	Διαχείριση περιεχομένου	Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
Διαδικτυακές διαφημίσεις / χορηγίες	Παρουσίαση εμπορικών προϊόντων	Διαχείριση πελατών
Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Ευκολία χρήσης και προσβασιμότητα τοποθεσίας Ιστού	Ορισμός στρατηγικής για τα σημεία επαφής με τον πελάτη
Διαδικτυακές δημόσιες σχέσεις	Σχεδιασμός και ανάπτυξη	Προγράμματα επιβράβευσης τακτικών πελατών
Εκστρατείες εκτός Διαδικτύου	Εξυπηρέτηση πελατών	Εξατομίκευση

**Διαδικασίες υποστήριξης**

Βελτίωση των επιδόσεων π.χ. μέσω πληροφοριών διαχείρισης, ανάλυσης δεδομένων Ιστού και ανάλυσης προφίλ πελατών

Κατευθυντήριες οδηγίες σχεδιασμού και επιχειρησιακές διαδικασίες, π.χ. μάρκετινγκ από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τεχνική υποδομή, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης συμβάσεων επιπέδου παροχής υπηρεσιών



### Στρατηγική και σχεδιασμός

Δημιουργία οράματος  
Αξιολόγηση τεχνολογικής καινοτομίας

Ανάλυση αγοράς και συγκριτική  
αξιολόγηση ανταγωνιστών

Οικονομική ανάλυση και δημιουργία  
οικονομικών μοντέλων

Ορισμός της εμπειρίας για τον πελάτη στα πολλά  
κανάλια μάρκετινγκ. Διαχείριση πληροφοριών του πελάτη

Ετήσιος σχεδιασμός και προϋπολογισμός

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων ΤΠ  
και εκστρατειών

### Διαχείριση σχέσεων

Επαφές με ανώτερα  
διοικητικά στελέχη

Επαφές με τμήματα μάρκετινγκ και  
εταιρικών επικοινωνιών

Επαφές με τμήμα ΤΠ

Ανάπτυξη, εκπαίδευση και  
διατήρηση προσωπικού

Διαχείριση εξωτερικών σχέσεων.  
Επιλογή και διαχείριση προμηθευτών

Διαχείριση βελτιώσεων και αλλαγών



Ηλεκτρονικό – Κινητό Εμπόριο/Επιχειρείν, Ψηφιακή Επιχείρηση, Κοινωνική Δικτύωση, Κοινωνικά Μέσα (E -Commerce, e- mobile Business, Digital Enterprise,, Social Networking, Social Media, web 2.0), πεδία εφαρμογής

Ηλεκτρονική συμπεριφορά πελατών

Σχεδίαση και ανάπτυξη ιστοχώρου/ ηλεκτρονικού καταστήματος

Περιεχόμενο  
μαθήματος

# Καινοτόμα μοντέλα e-m Business & SN

Συνεργατικό – affiliate μοντέλο, advergaming & gamification /παιχνιδοποίηση , μοντέλο διαμοιρασμού οικονομίας (sharing economy), μοντέλο πληθοπορισμού (crowdfunding & crowdsourcing), επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality), IoT, ηλεκτρονικών δημοπρασιών, ηλεκτρονικής προμήθειας, blockchain, κ.ά.. Mobile apps και εφαρμογές σε επιχειρησιακά πεδία (τουρισμός, υγεία, εκπαίδευση, λιανεμπόριο)

Περιεχόμενο  
μαθήματος



## Κοινωνική δικτύωση /Social Media Τυπολογία και εφαρμογές

(blogs, networks, microblogs, video sharing, wikis, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube,...) προκλήσεις , ευκαιρίες , κίνδυνοι, προοπτικές, παραδείγματα και ανάλυση εφαρμογών –πλατφόρμες και πρακτικές εφαρμογών

Περιεχόμενο  
μαθήματος



**Ηλεκτρονική συμπεριφορά πελατών**

**Σχεδίαση και ανάπτυξη ιστοχώρου/  
ηλεκτρονικού καταστήματος**

**Περιεχόμενο  
μαθήματος**



Amplifiers: Aggregation/Recombination, Tracking, Apps/Tools, Mobile

Συναίσθημα

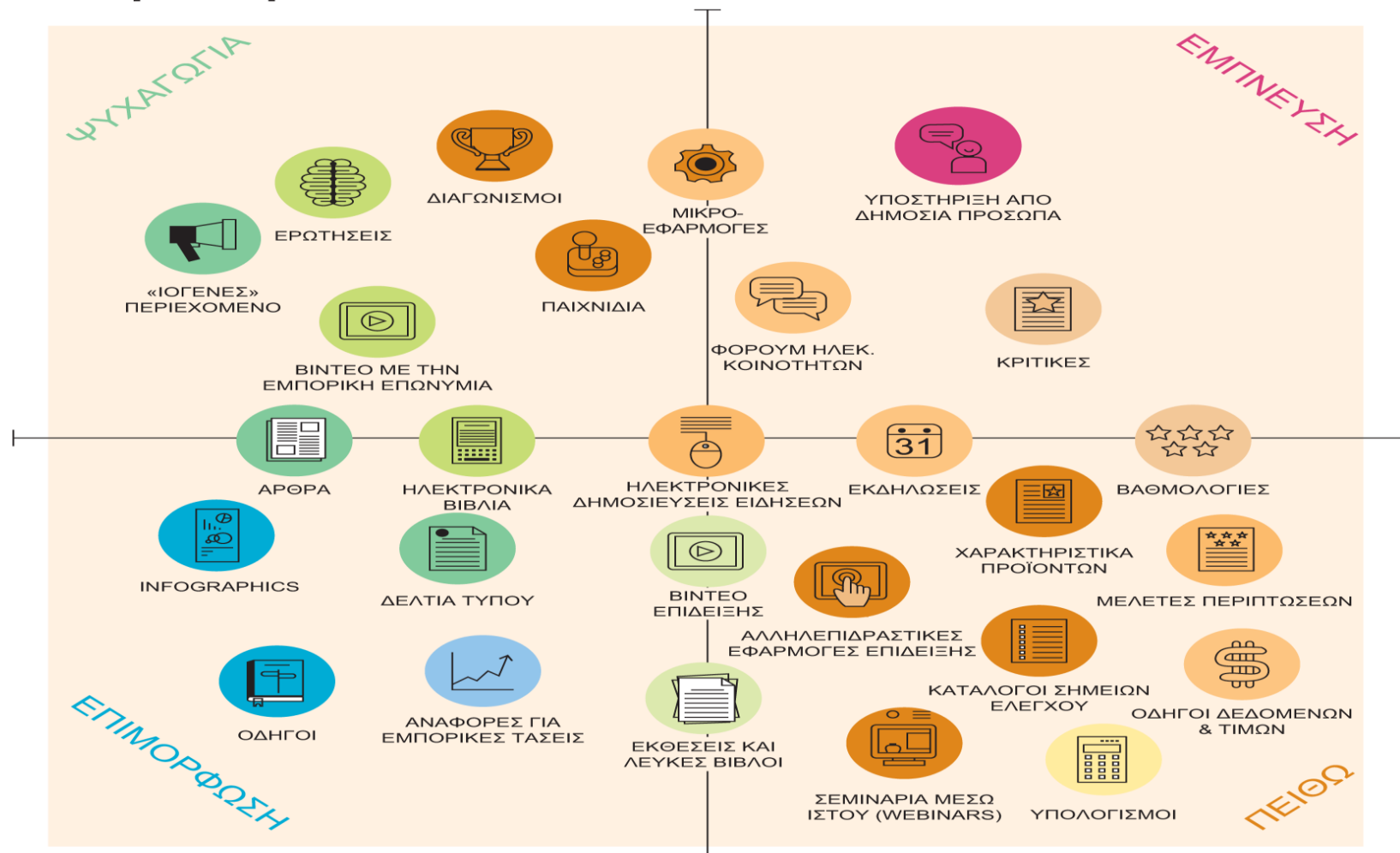
Λογική

ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

ΕΜΠΝΕΥΣΗ

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ

ΠΕΙΘΩ





- 50% Τελική εξέταση
- 25% Εργασία για ΜΒ (βιβλ. + case study)
- 25% Ατομική εργασία υλοποίησης e-shop

ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ



# Εργασίες Μαθήματος / ΜΒ

- Πέρα από τις διαλέξεις του μαθήματος για την επιτυχή ολοκλήρωση του είναι απαραίτητη η ολοκλήρωση εργασιών εξαμήνου και παρουσίαση τους
- **Βιβλιογραφική Εργασία Εξαμήνου** σε θέμα η-επιχειρείν (παραδοτέα word αρχείο με την εργασία 15-20 σελ. υπό μορφή επιστημονικού άρθρου και ένα φάκελο με τα άρθρα , περίπου 10, που χρησιμοποιήσατε στην εργασία)
- **Ανάλυση μελέτης περίπτωσης** (παρουσίαση)- παραδοτέα ένα αρχείο ppt (10-15 διαφάνειες)

# Παραδοτέα του μαθήματος

- 2 αρχεία στο eclass:
- 1) Η **εργασία** (word αρχείο, θα αναρτηθεί στο eclass το αργότερο την ημερομηνία που αναφέρεται, καθώς και τα 10 τουλάχιστον επιστημονικά **άρθρα** που χρησιμοποιήθηκαν στην εργασία (σε ηλεκτρονική μορφή)
- 2) Το **case study** με την παρουσίαση του (powerpoint)

# Γενικές Οδηγίες

- Η εργασία του μαθήματος για MB είναι ατομική
- Η τελική **εργασία** θα πρέπει να βασίζεται σε τουλάχιστον 10 επιστημονικά άρθρα
- Κάθε φοιτητής/τρια οφείλει, εκτός της τελικής εργασίας, να ετοιμάσει και μία **παρουσίαση-case study** (powerpoint). Η παρουσίαση περιλαμβάνει τη μελέτη περίπτωσης εταιρείας / οργανισμού που εφαρμόζει ένα μοντέλο ηλεκτρονικού ή κινητού επιχειρείν
- Η βιβλιογραφική εργασία και η μελέτη περίπτωσης αντιστοιχούν στο 25% του τελικού βαθμού για τις εργασίες



μελέτη και καταγραφή των πορισμάτων σχετικά με το γνωστικό αντικείμενο

αναζήτηση θεωρητικών & εμπειρικών μελετών / ερευνών που αφορούν στο θέμα

παραδείγματα εφαρμογών και συστημάτων / λογισμικού σε ξένα και ελληνική πραγματικότητα (μελέτες περιπτώσεων)

προτάσεις για μελλοντική διερεύνηση του θέματος.

ΕΡΓΑΣΙΑ

# Δομή και σχετικές οδηγίες εργασίας

- Η εργασία θα έχει μέγεθος μέχρι 20 σελίδες και θα έχει τη δομή ενός επιστημονικού άρθρου. Να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο ύφος συγγραφής και στο τρόπο χρήσης των αναφορών.
- 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)
  - ✓ 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.
- Για οδηγίες και οποιαδήποτε διευκρίνιση επί του θέματος και του τρόπου ανάπτυξης, θα απευθύνεστε στην καθηγήτρια.

## Η αντιμετώπιση των εργασιών πρέπει να γίνεται με:

### Προγραμματισμό

Η εργασία αποτελεί διαδικασία που ολοκληρώνεται σε όλη τη διάρκεια του εξαμήνου και όχι τις τελευταίες ημέρες

### Επιμέλεια

Η εργασία πρέπει να είναι μια δουλειά για την οποία είστε περήφανοι και σας αντιπροσωπεύει. Πρέπει να είναι καλογραμμένη και καλά δομημένη

### Επιστημονική προσέγγιση

Η εργασία πρέπει να βασίζεται σε προηγούμενη επιστημονική γνώση που συνδυάζεται με την κρίση και τον τρόπο σκέψης σας

### Πρωτοτυπία

Η εργασία πρέπει να αποτελεί πρωτότυπη δουλειά. Αντιγραφή άλλων εργασιών ή πηγών χωρίς επεξεργασία θα οδηγεί σε μηδενισμό

ΕΡΓΑΣΙΑ



## Η βαθμολόγηση της εργασίας και της μελέτης περίπτωσης θα γίνουν με κριτήρια:

- τη δυνατότητα αναζήτησης πληροφοριών (νέα στοιχεία) και βιβλιογραφίας, και ορθής καταγραφής τους για την επίλυση, τον εντοπισμό κατάλληλων θεωρητικών προσεγγίσεων των προβλημάτων
- περιεχόμενο: τεκμηρίωση απαντήσεων, ανταπόκριση στην πραγματικότητα, επιχειρηματολογία, αναφορά σε παρόμοια θέματα Ελληνικής πραγματικότητας
- παρουσίαση, μορφή, επιμέλεια εργασίας (word και power point αρχείο)

ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗ  
ΕΡΓΑΣΙΑΣ

+ Εργασία 25%

- 3 βασικές θεματικές ενότητες
- E-Business models
- Social Media/ Networking models
- Mobile Business/ apps & models



## ■ ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ + CASE STUDY)

1. **GAMIFICATION** (Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification, Gamification in tourism, in Health /Fitness/ Sports, in Education, Techniques & Engagement, gamification and consumer marketing, Gamification for nonprofit marketing, gamification and service marketing,.....)
2. **Crowdsourcing** (Μοντέλα και πλατφόρμες εφαρμογών, best practices)
3. **Crowdfunding** (Μοντέλα , τεχνολογίες που εφαρμόζονται, παραδείγματα εφαρμογών, οφέλη)
4. **Sharing economy models** (choose a specific sector: jobs, food, education, accommodation, μουσική,...; εξετάστε εφαρμογές και τεχνικές σε διάφορα πεδία, τυπολογία διαφορετικών εφαρμογών,...)

## ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ + CASE STUDY)

5. IoT models και εφαρμογές σε διάφορα επιχειρηματικά πεδία
6. Ιστοσελίδες σύγκρισης τιμών (Price comparison sites)
7. Dropshipping μοντέλο (Alibaba)
8. E-marketplaces (σε συνδυασμό με επιχειρηματικό κλάδο)
9. Ψηφιακή συμπεριφορά καταναλωτών (βλ. “we are social” report 2023- Hootsuite)

## ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ + CASE STUDY)

**10. Mobile models** (Τυπολογία μοντέλων, mobile advertising, push notification, augmented reality, advergaming –in-game advertising, mobile video advertising, push notification advertising, location based advertising, mobile coupons advertising,...), διερεύνηση συγκεκριμένου επιχειρηματικού κλάδου

**11. Mobile apps** (διερεύνηση συγκεκριμένου επιχειρηματικού κλάδου, ταξινόμηση βάσει κριτηρίων, πετυχημένες εφαρμογές)

**12. Mobile Health market/ applications:** εφαρμογές μέσω κινητών συσκευών στην Ελλάδα και το εξωτερικό

## ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ + CASE STUDY)

**13. Online shopping / Mobile shopping** (επιδρώντες παράγοντες, πρωτογενείς έρευνες σχετικά με την mobile αγοραστική συμπεριφορά), Βιβλιογραφική επισκόπηση & Έρευνα/ ερωτηματολόγιο σχετικά τις αντιλήψεις των φοιτητών

**14. Digital transformation / Ψηφιακός μετασχηματισμός** επιχειρήσεων μετά τον Covid-19 (σε συνδυασμό με επιχειρηματικό κλάδο)

**15. Η χρήση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν / Διαδικτύου & των κοινωνικών μέσων social media / networks για τα αγροτικά προϊόντα / Agribusiness e-platforms** (σχετικές εφαρμογές/ παραδείγματα από Ελληνική και ξένη πραγματικότητα)

## ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ + CASE STUDY)

**16. E-TOURISM / M-TOURISM** (εφαρμογές του mobile marketing στους φορείς και οργανώσεις τουρισμού αυτή τη στιγμή, ενδιαφέρον για μελλοντική χρήση mobile τεχνολογιών, ετοιμότητα μετάβασης από το e-tourism στο m-tourism, εφαρμογή σε G2G, G2E, G2B και G2C υπηρεσίες). *Επικέντρωση μπορεί να γίνει σε τεχνολογικά καινοτομικές δραστηριότητες στο πεδίο της παρουσίασης του πολιτιστικού αποθέματος της Ελλάδας. Παραδείγματα δραστηριοτήτων αποτελούν εφαρμογές για την παρουσίαση/πληροφόρηση/ξενάγηση σε μνημεία/μουσεία με χρήση έξυπνων συσκευών (π.χ. smart-phones, iPad κ.ά.). Mobile Applications- τι είδους εφαρμογές υπάρχουν στην ελληνική αγορά (αγγλόφωνες και ελληνόφωνες εφαρμογές); Ποιές είναι οι δημοφιλέστερες; Οι δημοφιλέστερες από αυτές πώς κατηγοριοποιούνται: με βάση το περιεχόμενό τους (λειτουργία που επιτελούν) με βάση το κανάλι διανομής (μόνο σε κινητά, κυρίως διαδίκτυο και συμπληρωματικά σε κινητά, κυρίως σε κινητά και συμπληρωματικά στο διαδίκτυο).*

**17. Social media platforms** (επιλογή συγκεκριμένης πλατφόρμας σε συνδυασμό με επιχειρηματικό κλάδο).....

## ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ

- 1 ΗΕ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ (ΜΒ)
- 2 Τυπολογία ΗΕ
- 3 Ηλεκτρονική συμπεριφορά Customer Experience – Customers' Journey
- 4 e-Business models
- 5 e-Business models
- 6 m-Business
- 7 m-Business apps
- 8
- 9 Social Media
- 10 Ανάπτυξη ηλεκτρονικού καταστήματος
- 11 Εφαρμογές ΗΕ
- 12 Εφαρμογές ΗΕ
- 13 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ



Ηλεκτρονικό εμπόριο-Εργαλείο διοίκησης και αξιοποίησης κοινωνικών δικτύων

**Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 94643838**

Έκδοση: 1/2020

Συγγραφείς: Turban Efraim, Outland Jon, King David

ISBN: 9789925576524

Τύπος: Σύγγραμμα

Διαθέτης (Εκδότης): BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

- D. King, D.C. Turban, Ef. Turban, J. Outland, J. Lee, T.P. *Ηλεκτρονικό Εμπόριο -Έργαλείο Διοίκησης και Αξιοποίησης Κοινωνικών Δικτύων*, 1η έκδ., Broken Hill, 2020.
- Άρθρα από επιστημονικά περιοδικά που αναρτώνται για κάθε διάλεξη
- Ψηφιακο Μάρκετινγκ . Από τη Θεωρία στην Πράξη, Μ.Βλαχοπούλου, 2020, εκδόσεις ROSILI.

# Επικοινωνία με τους Διδάσκοντες

- Μάρω Βλαχοπούλου:
  - [mavla@uom.edu.gr](mailto:mavla@uom.edu.gr)
- Θεόδωρος Μάστορας:
  - [mastoras@uom.edu.gr](mailto:mastoras@uom.edu.gr)
- Πάντα να υπάρχει η ένδειξη **Μάθημα η-επιχειρείν ISC301** στο θέμα των email σας