

2020-05

þý ¨ · Æ^{1 ± 0} ì œ ÷ Á⁰ μ Ä^{1 1/2 3 0} : ÿ¹ μ Æ ± Á
þý Ä ¿ Å ã Ä ¿ ã í³ Ç Á ¿ 1/2 ¿ μ Ä¹ Ç μ¹ Á · 1/4
þý⁰ ì ã 1/4 ¿^{0 ± 1} · μ Ä⁻ ´ Á ± ã · Ä ¿ Å ã Ä ¿

þý · μ ¿ Æ Å Ä⁻ ´ · Ä , § Á í ã ± 1/2 , ¿ Ä

Business Administration Programm, School of Economic Sciences and Business, Neapolis University Pafos

<http://hdl.handle.net/11728/11622>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΝΕΑΠΟΛΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
MBA – MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Οι εφαρμογές του στο σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο
και η επίδραση του στους καταναλωτές

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΧΡΥΣΑΝΘΟΣ ΝΕΟΦΥΤΙΔΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΔΡ. ΑΝΤΩΝΗΣ ΖΑΙΡΗΣ

ΜΑΙΟΣ 2020

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω των επιβλέποντα καθηγητή μου Κύριο Αντώνη Ζαίρη για την βοήθεια και καθοδήγηση του ώστε να ολοκληρωθεί επιτυχώς η παρούσα διπλωματική εργασία.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω και την οικογένεια μου για την ηθική υποστήριξη που μου παρείχε κατά την διάρκεια της εκπόνησης της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών MBA (Master in Business Administration), του Πανεπιστημίου Νεάπολης, με τίτλο <<Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Οι εφαρμογές του στο σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο και η επίδραση του στους καταναλωτές>>.

Το μάρκετινγκ ήταν πάντα ένας σημαντικός τομέας προώθησης των πωλήσεων των επιχειρήσεων. Με την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και την ανακάλυψη του διαδικτύου, αναπτύχθηκε ένας ξεχωριστός τομέας του μάρκετινγκ, που ονομάζεται ψηφιακό μάρκετινγκ. Η χρήση του προσφέρει αρκετά ωφέλει στις επιχειρήσεις και αναπόφευκτα ήρθε να ανταγωνιστή τους παραδοσιακούς τρόπους μάρκετινγκ. Υπάρχουν πολλοί τρόποι και τακτικές, οι οποίες μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές, για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Ο κατάλληλος συνδυασμός αυτών των τακτικών μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση στην αύξηση των πωλήσεων και στην εδραίωση της στον επιχειρηματικό κόσμο.