



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Α.ΔΙ.Π.
ΑΡΧΗ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ & ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ
ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΩΤΑΤΗ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

HELLENIC REPUBLIC
H.Q.A.
HELLENIC QUALITY ASSURANCE
AND ACCREDITATION AGENCY
OF HIGHER EDUCATION

ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΜΟΝΑΔΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΔΙ.ΠΑ.Ε.

Περίγραμμα Μαθήματος

2022-2023

ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ ΚΑΒΑΛΑΣ
ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ,
65404 ΚΑΒΑΛΑ

INTERNATIONAL HELLENIC UNIVERSITY
DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE & TECHNOLOGY
KAVALA UNIVERSITY CAMPUS
AGIOS LOUKAS,
65404 KAVALA

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	Οικονομίας και Διοίκησης		
ΤΜΗΜΑ	Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Μεταπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	B116	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ψηφιακό Μάρκετινγκ (Digital Marketing)		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>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</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	2,5	3	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	Ανάπτυξης δεξιοτήτων		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p>Μαθησιακά Αποτελέσματα <i>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.</i></p> <p><i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης • Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β • Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων
<p>Λογική του μαθήματος Σκοπός του μαθήματος είναι να παράσχει μια λεπτομερή, εφαρμοσμένη προοπτική της θεωρίας και της πρακτικής του παραδοσιακού και ψηφιακού μάρκετινγκ στη νέα απαιτητική και ανταγωνιστική εποχή. Ο βασικότερος στόχος του είναι να αντιληφθούν και να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τη σπουδαιότητα του ψηφιακού μάρκετινγκ στον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Το μάθημα διερευνά το τεχνολογικό περιβάλλον, τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων και καταναλωτών, και συνεχίζει με την έρευνα αγοράς και τη διαχείριση της πληροφορίας. Παρουσιάζονται οι δυνατότητες και οι τύποι (Search Engine Optimization, content marketing, pay per Click marketing, e-mail marketing, affiliate marketing, κ.α.) του ψηφιακού μάρκετινγκ, η ολοκληρωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ, τα βασικότερα κανάλια ψηφιακού μάρκετινγκ και η online διαφήμιση. Έμφαση δίνεται στην επιχειρηματική ευφυΐα και την αναλυτική. Τέλος παρουσιάζονται τρόποι μέτρησης των προσπαθειών του ψηφιακού μάρκετινγκ.</p>

Στόχοι του μαθήματος

Βασικός στόχος του μαθήματος είναι να καταστήσει τους συμμετέχοντες ικανούς να εφαρμόζουν γενικές αρχές καλών πρακτικών επιτυχούς υλοποίησης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ κάτω τόσο υπό ομαλές όσο και υπό ιδιαίτερες συνθήκες. Στους στόχους του μαθήματος επίσης περιλαμβάνονται η κατανόηση των διαδικασιών εκείνων που αφορούν την επιλογή, αξιολόγηση αλλά και την επιτυχημένη εφαρμογή στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ.

Αναλυτικότερα,

- η αναγνώριση της σημασίας της λειτουργίας του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε μία επιχείρηση.
- η κατανόηση της αλληλοσχετιζόμενων αποφάσεων που λαμβάνονται στα πλαίσια της διαχείρισης και πολιτικής των επιχειρήσεων.
- η βελτίωση της ικανότητας των φοιτητών να αναγνωρίζουν τις βασικές πτυχές επιχειρησιακών περιπτώσεων και προβλημάτων και να επιδεικνύουν τις κατάλληλες αναλυτικές τεχνικές για την επίλυση τους.

Μαθησιακά Αποτελέσματα

A. Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες

Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να διαθέτουν:

- εξειδικευμένες γνώσεις Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- κριτική ανάλυση και διασύνδεση με άλλα πεδία
- πρωτότυπη σκέψη
- αρχές που αφορούν τη διενέργεια προμηθειών της νέας τεχνολογίας και τον ρόλο των κριτηρίων αξιολόγησης στην επιλογή μεταξύ εναλλακτικών λύσεων
- κατανόηση των γενικών αρχών της διαχείρισης έργων και την ικανότητα σύγκρισης των πλεονεκτημάτων των διάφορων προσεγγίσεων της επιτυχούς εφαρμογής των τεχνικών Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ ώστε να ανταποκρίνονται με επιτυχία στις ανάγκες (ειδικές και μη)
- κατανόηση της σημαντικότητας του ανθρώπινου παράγοντα όσον αφορά την εφαρμογή Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- κατανόηση της σημαντικότητας των απόψεων των εργαζομένων, των ομάδων αλλά και της διοίκησης όσον αφορά την εφαρμογή Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- αξία της ανταλλαγής απόψεων και εφαρμογής τεχνικών για την επιτυχημένη διαχείριση των αλλαγών
- δυνατότητα και ικανότητα να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες των διάφορων τύπων επιχειρήσεων και την αξία των διαφορετικών μοντέλων για κάθε μια από αυτές
- αξιολόγηση των συστημάτων αλλά τα βήματα που αφορούν το σχεδιασμό για τη διενέργεια των ελέγχων σε όλα τα επίπεδα εφαρμογής τους
- ικανότητα επιλογής μεταξύ των πολλών διαθέσιμων μοντέλων και στρατηγικών
- αξιολόγηση των διαθέσιμων ολοκληρωμένων λύσεων
- ικανότητα αξιολόγησης των αναγκών εκπαίδευσης του προσωπικού

B. Διανοητικές ικανότητες

Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές θα μπορούν να αναπτύξουν διανοητικές ικανότητες για:

- κατανόηση της χρησιμότητας του Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν κατά το σχεδιασμό τους

- την ανάπτυξη δεξιοτήτων κριτικής σκέψης όσον αφορά την προσέγγιση του προβλήματος διάγνωσης αναγκών, επιλογής και επιτυχούς υλοποίησης του Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- την ορθή προσέγγιση του θέματος και τη δημιουργία υποδομής για 'system thinking'
- την επιτυχή προσέγγιση, κατανόηση και αντιμετώπιση των διοικητικών προκλήσεων
- την αντιμετώπιση των αλλαγών
- την επαφή και επιτυχούς αντιμετώπισης των προκλήσεων της αγοράς του Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- την ορθή παρακολούθηση του έργου υλοποίησης

Γ. Άλλες δεξιότητες

- ανάλυση, ερμηνεία και χρήση της πληροφορίας
- ορθή χρήση του Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των διάφορων τύπων συστημάτων
- κατανόηση των βασικών αρχών των δικτύων και της επικοινωνίας
- ανάληψη υπευθυνότητας στα πλαίσια των απαιτήσεων για ανεξάρτητη έρευνα και μελέτη
- αποτελεσματική διαχείριση χρόνου στα πλαίσια της επιτυχούς εφαρμογής έργου Ψηφιακού Μάρκετινγκ
- αποτελεσματική παρουσίαση με χρήση εργαλείων επικοινωνίας, συζήτησης και παρουσίασης ιδεών σε γραπτό λόγο
- ερμηνεία και σύνθεση της γνώσης
- αναθεώρηση ή πρόκληση των ιδεών των ιδίων και συναδέλφων φοιτητών
- ενθάρρυνση σχέσεων συνεργασίας και μάθησης με συναδέλφους σπουδαστές και το ακαδημαϊκό προσωπικό
- επιτυχή αντιμετώπιση καταστάσεων διαφωνιών
- ανάληψη ευθύνης για συνεισφορά στις επαγγελματικές γνώσεις

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

.....

Άλλες...

.....

Το μάθημα αποσκοπεί στις παρακάτω γενικές ικανότητες που πρέπει να αποκτήσει ο πτυχιούχος:

- την αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση των απαραίτητων τεχνολογιών
- την προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- την ορθή λήψη αποφάσεων
- την αυτόνομη εργασία
- την ομαδική εργασία
- την εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- το σεβασμό στη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα
- την επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- την άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- την προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- την ανάληψη υπευθυνότητας στα πλαίσια των απαιτήσεων για ανεξάρτητη έρευνα και μελέτη
- την αποτελεσματική διαχείριση χρόνου στα πλαίσια της επιτυχούς ολοκλήρωσης πολλαπλών εργασιών
- την αποτελεσματική παρουσίαση με χρήση εργαλείων επικοινωνίας, συζήτησης και παρουσίασης ιδεών σε γραπτό λόγο
- την ερμηνεία και σύνθεση της γνώσης
- την αναθεώρηση ή πρόκληση των ιδεών των ιδίων και συναδέλφων φοιτητών
- τη διαχείριση σχέσεων συνεργασίας και μάθησης με συναδέλφους φοιτητές και το ακαδημαϊκό προσωπικό.
- τις ικανότητες ανάλυσης και σύνθεσης
- τις ικανότητες σύγκρισης σημαντικών θεωριών και πρακτικών που παρουσιάζονται σε βιβλία, στη σχετική αρθρογραφία, σε σύγχρονες μελέτες περιπτώσεων αλλά και από τον πραγματικό κόσμο της οικονομίας
- την ανάλυση της θεωρητικής και πρακτικής οπτικής του ψηφιακού μετασχηματισμού, σύμφωνα με τα πρότυπα της ακαδημαϊκής κοινότητας και των επιχειρήσεων.
- τη διαχείριση χρονικών περιορισμών και ερευνητικών κομβικών σημείων, συμμετοχή στις διαλέξεις και υποβολή δομημένων γραπτών εργασιών.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Το ψηφιακό Περιβάλλον και το μάρκετινγκ
 - Συμπεριφορά καταναλωτή στη ψηφιακή εποχή
 - Έρευνα αγοράς και διαχείριση πληροφοριών
 - Στρατηγικός προγραμματισμός επιχειρηματικής δράσης
 - Στρατηγικός προγραμματισμός ψηφιακού μάρκετινγκ
 - Καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα & ψηφιακό μάρκετινγκ
 - Ηλεκτρονικό εμπόριο
 - Δημιουργία αξίας. Προϊόντα, υπηρεσίες, περιεχόμενο / e-Shopping
 - Δημιουργία εσόδων και τιμολόγηση στο διαδίκτυο
 - Δίκτυα συνεργατών
 - Πολυ-καναλική διανομή & πωλήσεις
 - Επικοινωνία-προβολή στο ψηφιακό περιβάλλον
 - Μέτρηση αποτελεσματικότητας ηλεκτρονικού επιχειρείν & μάρκετινγκ
- Έμφαση δίνεται στο online μάρκετινγκ, στη βελτιστοποίηση μέσω των μηχανών αναζήτησης, στο μάρκετινγκ περιεχομένου, στην πληρωμένη online διαφήμιση, στην επιχειρηματική ευφυΐα και στις στρατηγικές διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες στην εποχή των μεγάλων δεδομένων και της ψηφιακής διαφήμισης.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο Εξ' αποστάσεως εκπαίδευση (αν χρειαστεί)
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη διδασκαλία <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαδίκτυο ▪ Προβολή διαφανειών ▪ Χρήση οπτικοακουστικού υλικού ▪ Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class

<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</p> <p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</p> <p>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.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</p>	<p>Δραστηριότητα</p>	<p>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</p>
	<p>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακές Ασκήσεις, Ασκήσεις Πεδίου</p>	<p>15 ώρες (0,6 ECTS)</p>
	<p>Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας</p>	<p>58 ώρες (2,32 ECTS)</p>
	<p>Εξετάσεις</p>	<p>2 ώρες (0,08 ECTS)</p>
	<p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p>75 ώρες (3 ECTS)</p>
<p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνική</p> <p>Μέθοδοι αξιολόγησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Τέσσερις μικρές εργασίες κατά τη διάρκεια του μαθήματος για 40% ▪ Γραπτή τελική εξέταση για 60% (βαθμός τουλάχιστον >=5,0) <ul style="list-style-type: none"> ✓ ερωτήσεις πολλαπλής για 20% ✓ κατανόηση εννοιών για 40% 	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<p>- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Βλαχοπούλου Ειρήνη & Δημητριάδης Σέργιος (2014), <i>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΣΕ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ)</i>, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, ISBN: 9789607745323 ▪ Μαδυτινός, Δημήτριος (2021), <i>Διοίκηση Επιχειρήσεων – Τεχνολογία και Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης (με έμφαση στο ηλεκτρονικό επιχειρείν και την ψηφιακή επιχείρηση)</i>, Εκδόσεις Δίσιγμα, Θεσσαλονίκη, ISBN: 978-618-202-063-0 ▪ Patricia Wallace (2014), <i>Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης</i>, Επιμέλεια: Πρόδρομος Χατζόγλου. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, ISBN:978-960-218-886-6. ▪ Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon (2019), <i>Management Information Systems: Managing the Digital Firm (16th Edition)</i> Pearson, ISBN13: 978-0135191798. <p>The Drum Magazine, Campaign Magazine, Digiday Magazine Digital Content, Digital Advertising, Digital Marketing,</p>
--