

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	NK74B	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7ο (Ζ εξαήμερο)
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Συμπεριφορά Καταναλωτή και Έρευνα Αγοράς		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
	4	6	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΠΙΛΟΓΗΣ/ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποβάθρου - Γενικών Γνώσεων		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://econ.duth.gr/courses/%cf%83%cf%85%ce%bc%cf%80%ce%b5%cf%81%ce%b9%cf%86%ce%bf%cf%81%ce%ac-%ce%ba%ce%b1%cf%84%ce%b1%ce%bd%ce%b1%ce%bb%cf%89%cf%84%ce%ae-%ce%ad%cf%81%ce%b5%cf%85%ce%bd%ce%b1-%ce%b1%ce%b3%ce%bf%cf%81%ce%ac/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγραφή και στόχος μαθήματος

Το μάθημα της Συμπεριφοράς Καταναλωτή και της Έρευνας Αγοράς ασχολείται με την ανάλυση και την τεκμηρίωση των αιτιών της αγοράς ή της μη αγοράς ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας από μεμονωμένους καταναλωτές ή ομάδες καταναλωτών. Στις παραδόσεις των μαθημάτων του αντικειμένου της Συμπεριφοράς Καταναλωτή εξηγείται πως γίνεται η αναζήτηση πληροφοριών, η σύγκριση προϊόντων, η επιλογή και η αγορά ενός προϊόντος στη σημερινή εποχή συμβατικά αλλά και κυριότερα με τη χρήση ψηφιακών μέσων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Περιγράφονται κλασικές και σύγχρονες, θεωρητικές και εμπειρικές προσεγγίσεις που επεξηγούν τα πλαίσια μέσα στα οποία σήμερα οι καταναλωτές αλληλοεπιδρούν αγοράζουν, κατέχουν, και απορρίπτουν προϊόντα και υπηρεσίες.

Στις παραδόσεις των μαθημάτων της Έρευνας Αγοράς περιγράφονται τα βασικά εργαλεία που χρειάζεται το σύγχρονο στέλεχος επιχείρησης ώστε να σχεδιάσει, να αξιολογήσει και να κατανοήσει μία έρευνα αγοράς. Μέσα από τις παραδόσεις οι φοιτητές θα έρθουν σε επαφή με τη λογική της έρευνας αγοράς και θα καταλάβουν τις διαφορές και τον στόχο που εκπληρώνουν διάφοροι τύποι έρευνας αγοράς. Επιπλέον, μέσα από τις παραδόσεις της Έρευνας Αγοράς θα εξηγηθεί πως στηρίζεται η λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ που βασίζεται στα συμπεράσματα ερευνών αγοράς ενώ θα γίνει συνοπτική αναφορά στις μεθοδολογίες έρευνας γενικά και ειδικότερα στις μεθοδολογίες που χρησιμοποιούν ψηφιακές εφαρμογές και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τέλος, μέσα από την εργασία του εξαμήνου οι φοιτητές θα δοθεί η ευκαιρία στους φοιτητές να εντοπίσουν ένα πραγματικό πρόβλημα Συμπεριφοράς Καταναλωτή, να το περιγράψουν, να το οριοθετήσουν και να σχεδιάσουν μία Έρευνα Αγοράς κατάλληλη στο να δώσει λύσεις στο πρόβλημα αυτό.

Το μάθημα έχει δύο βασικούς στόχους. Αρχικά στοχεύει στην κατανόηση από τους φοιτητές των βασικών αρχών και όρων της Συμπεριφοράς Καταναλωτή. Στη συνέχεια στοχεύει στην αποτελεσματική παρουσίαση του τρόπου που η Έρευνα Αγοράς με τις κατάλληλες μεθοδολογίες χρησιμοποιείται στην αποτελεσματική λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ που οδηγεί σε αγορές προϊόντων και θετική συμπεριφορά τους καταναλωτές. Απώτερος στόχος του μαθήματος είναι να καταλάβουν οι φοιτητές πως μπορούν να υποστηριχθούν αποφάσεις μάρκετινγκ μέσα από την κατανόηση της Συμπεριφοράς Καταναλωτή και μέσα από την κατάλληλη Έρευνα Αγοράς. Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, όπου η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές δίνει επαρκή πρόσβαση σε πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα, η εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων από αυτά, είναι μία καθοριστική δεξιότητα για κάθε στέλεχος επιχείρησης.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο τέλος του εξαμήνου οι φοιτητές θα μπορούν:

1. Να αναλύσουν τις βασικές παραμέτρους της επιστήμης της Συμπεριφοράς Καταναλωτή.
2. Να κατανοήσουν τις βασικές Εσωτερικές και Εξωτερικές επιρροές που ορίζουν τον τρόπο Συμπεριφοράς των Καταναλωτών.
3. Να αναπτύξουν ικανότητες αξιολόγησης και επιλογής της κατάλληλης ερευνητικής προσέγγισης και μεθοδολογίας Έρευνας Αγοράς ανάλογα με το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν.
4. Να είναι σε θέση να υποστηρίξουν μέσα από Έρευνα Αγοράς τη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ, ικανών να επηρεάσουν τη Συμπεριφορά των Καταναλωτών στους οποίους απευθύνονται.

Γενικές Ικανότητες

1. Ικανότητα ανάπτυξης ολοκληρωμένων εκστρατειών μάρκετινγκ
2. Ικανότητα Τμηματοποίησης αγοράς και στόχευσης καταναλωτών
3. Ικανότητα κατανόησης σκοπιμότητας και διεξαγωγής πρωτογενούς και δευτερογενούς συλλογής δεδομένων συμπεριφοράς καταναλωτή
4. Ικανότητα δημιουργίας περιεχομένου επικοινωνιών μάρκετινγκ
5. Ικανότητα ενσωμάτωσης κανόνων ηθικού μάρκετινγκ σε στρατηγικές μάρκετινγκ
6. Ικανότητα αξιοποίησης μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προσέγγιση του κοινού στόχου
7. Ικανότητα αξιολόγησης στρατηγικών και τακτικών μάρκετινγκ μέσα από το την επίδρασή τους στην καταναλωτική συμπεριφορά

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Μάθημα 1^ο:** Θεμέλια της Συμπεριφοράς Καταναλωτή Διαδικασία Λήψης Απόφασης και Επιρροές της Κουλτούρας σε αυτή
- Μάθημα 2^ο:** Ευημερία του Καταναλωτή και Κοινωνική Ευημερία
- Μάθημα 3^ο:** Αντίληψη, Μάθηση και Μνήμη Καταναλωτή
- Μάθημα 4^ο:** Εαυτός, Στάσεις και Πειθώ και ο ρόλος τους στη Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Μάθημα 5^ο:** Ο ρόλος των Ομάδων Αναφοράς στη Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Μάθημα 6^ο:** Ο ρόλος της Ταυτότητας του Φύλου και των Υποκουλτούρων στη Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Μάθημα 7^ο:** Κοινωνική Τάξη και Τρόπος Ζωής
- Μάθημα 8^ο:** Κοινωνική Διάχυση Μηνύματος και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Μάθημα 9^ο:** Εισαγωγή στην Έρευνα Αγοράς και στις Πηγές Δεδομένων
- Μάθημα 10^ο:** Ποιοτική και Ποσοτική Έρευνα Αγοράς
- Μάθημα 11^ο:** Δειγματοληψία και Ανάλυση Στοιχείων
- Μάθημα 12^ο:** Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας Αγοράς
- Μάθημα 13^ο:** Επανάληψη της ύλης του εξαμήνου, απαντήσεις σε ερωτήσεις και απορίες φοιτητών, προετοιμασία για τις εξετάσεις

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Διαλέξεις στο αμφιθέατρο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Στη διάρκεια των μαθημάτων στο αμφιθέατρο οι φοιτητές καλούνται να λύσουν ασκήσεις σε ομάδες, δίνοντας απαντήσεις σε πρακτικά θέματα Συμπεριφοράς Καταναλωτή και Έρευνας Αγοράς. Για τις ασκήσεις αυτές συχνά χρειάζεται η πρόσβαση στο διαδίκτυο και ο εντοπισμός των κατάλληλων πηγών που θα τους βοηθήσουν να τεκμηριώσουν τις απαντήσεις τους	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	13 Διαλέξεις	52 ώρες
	Παρακολούθηση οπτικοακουστικού υλικού και εξέταση μελετών περίπτωσης	(Μέσα στη διάρκεια των διαλέξεων)
	Προαιρετική εργασία	40 ώρες
	Αυτοτελής μελέτη	58 ώρες
	Σύνολο μαθήματος	150 Ώρες

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

Εργασία: 50% της τελικής βαθμολογίας

Στους φοιτητές ανατίθεται εργασία υποχρεωτικού χαρακτήρα για το διδακτικό εξάμηνο η οποία καταλαμβάνει το 50% του συνόλου της βαθμολογίας.

Γραπτές εξετάσεις στο τέλος του εξαμήνου: 50% της τελικής βαθμολογίας

- Διάρκεια εξέτασης: 2 ώρες
- Η εξέταση του μαθήματος γίνεται με κλειστά βιβλία.
- Απαγορεύεται η χρήση ηλεκτρονικών μέσων.
- Η εξέταση καλύπτει το υλικό των διαφανειών, των παραδόσεων και των συγγραμμάτων.

Κατά τη διάρκεια της εξέτασης οι φοιτητές/φοιτήτριες πρέπει να έχουν υπόψη τα εξής:

- Οι επιτηρητές είναι οι μόνοι υπεύθυνοι για τις θέσεις των εξεταζόμενων. Οι επιτηρητές δεν επιτρέπεται να δώσουν καμία οδηγία ή βοήθεια σχετική με οποιοδήποτε θέμα των εξετάσεων.
- Τα κινητά τηλέφωνα πρέπει να είναι απενεργοποιημένα. Χρήση κινητού τηλεφώνου ή οποιασδήποτε άλλης ηλεκτρονικής συσκευής επισύρει μηδενισμό γραπτού.
- Δεν επιτρέπεται διάλειμμα κατά τη διάρκεια της εξέτασης. Κανείς/καμία φοιτητής/φοιτήτρια δεν επιτρέπεται να φύγει από την αίθουσα εξέτασης πριν παρέλθουν 30 λεπτά από την έναρξη της.
- Σε περίπτωση αντιγραφής ή συνεργασίας, μηδενίζονται τα γραπτά όλων των φοιτητών/φοιτητριών που συμμετείχαν, ακόμα και αν αυτές οι πράξεις γίνουν αντιληπτές μετά την ολοκλήρωση της εξέτασης.
- Όταν ο διδάσκων αναθέτει εργασία, ο βαθμός της λαμβάνεται υπόψιν μόνο για το τρέχον εξάμηνο. Σε περίπτωση επαναληπτικής εξέτασης δεν λαμβάνεται υπόψιν η εργασία.

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βασική βιβλιογραφία:

1. Μέθοδοι έρευνας αγοράς, Σταθακόπουλος Βλάσης
2. Συμπεριφορά Καταναλωτή, 3η Έκδοση, Γεώργιος Μπάλας, Πολίνα Παπασταθοπούλου
3. Συμπεριφορά Καταναλωτή, 11η Έκδοση Βελτιωμένη, Solomon M., Χριστίνα Μπουτσούκη (επιμέλεια)
4. Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ, Σιώμκος Ι. Γεώργιος, Μαύρος Α. Δημήτριος

Συμπληρωματική βιβλιογραφία:

1. Σιώμκος Γ., “Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ” (2011), Εκδόσεις Σταμούλη
2. Δουκίδης Γ., “Το Ψηφιακό Μέλλον” (2019), Εκδόσεις Ι.Σιδέρης

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑΤΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εναλλακτικοί τρόποι εξέτασης μαθήματος σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης¹

Τμήμα:	Οικονομικών Επιστημών
Μάθημα:	Συμπεριφορά Καταναλωτή και Έρευνα Αγοράς
Κωδικός Μαθήματος	NK74B
Διδάσκων:	Κωνσταντίνος Ρηγόπουλος
Τρόπος επικοινωνίας με διδάσκοντα	Μήνυμα στο Eclass του μαθήματος
Επόπτες/Επιτηρητές:	N/A
Εξάμηνο:	7 ^ο (Ζ εξάμηνο)
Επίπεδο σπουδών:	ΠΠΣ
Τρόποι εξέτασης:	Γραπτή εξέταση με εξ αποστάσεως μεθόδους
Οδηγίες υλοποίησης εξέτασης:	<ul style="list-style-type: none">• ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΚΑΙ ΩΡΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ: Βάσει του προγράμματος που θα ανακοινωθεί από τη γραμματεία• ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΘΕΜΑΤΩΝ: Τα θέματα γίνονται διαθέσιμα ηλεκτρονικά κατά την ακριβή ώρα έναρξης της εξ' αποστάσεως εξέτασης• ΤΡΟΠΟΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ: Οι απαντήσεις ανεβαίνουν σε προκαθορισμένο τόπο στο διαδίκτυο• ΤΡΟΠΟΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ: Η βαθμολόγηση γίνεται κανονικά με άριστα το 10. Στην περίπτωση που κάποιος από τους εξεταζόμενους για οποιοδήποτε λόγο αποσυνδεθεί από την πλατφόρμα διαδικτυακής επιτήρησης για χρόνο περισσότερο από 5 λεπτά, αυτομάτως μηδενίζεται και πρέπει να δώσει το μάθημα εκ νέου.

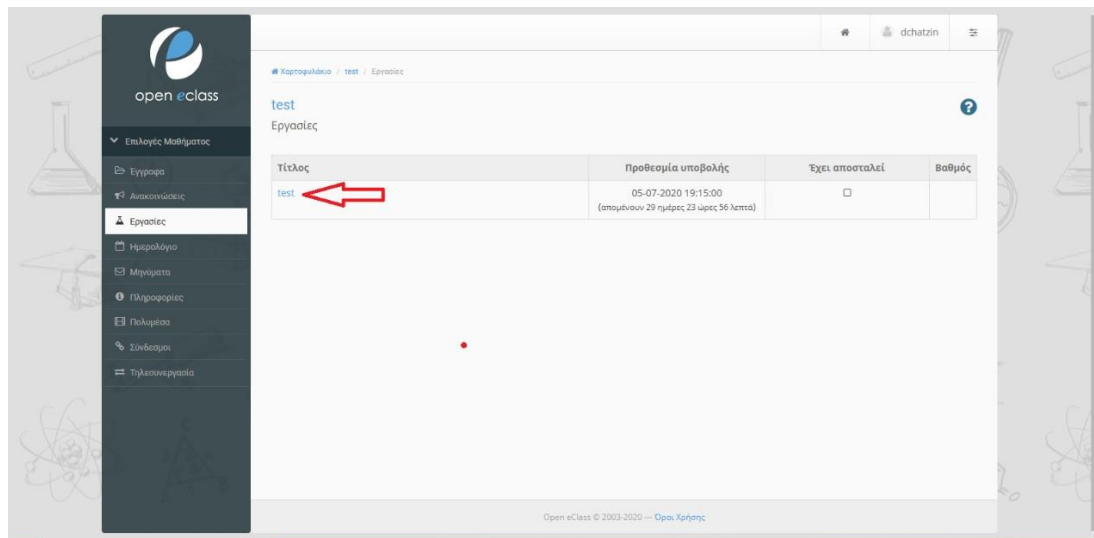
¹ Το μάθημα εξετάζεται πάντοτε διά ζώσης εκτός αν ανακοινώσει το πανεπιστήμιο ότι όλες οι εξετάσεις πραγματοποιούνται με εξ αποστάσεως μεθόδους. Αυτές οι οδηγίες ισχύουν ΜΟΝΟ σε εκείνη την περίπτωση.

	<ul style="list-style-type: none"> • ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΑΔΙΑΒΛΗΤΟΥ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ: Η εξέταση είναι με ανοιχτά βιβλία και τα θέματα είναι επιλύσεις προβλημάτων και μελέτες περιπτώσεων. Τα γραπτά ελέγχονται με πρόγραμμα εντοπισμού αντιγραφής/λογοκλοπής • • ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΕΞΕΤΑΣΗΣ: 2 ώρες
--	--

ΟΔΗΓΙΕΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΑΡΧΕΙΟΥ

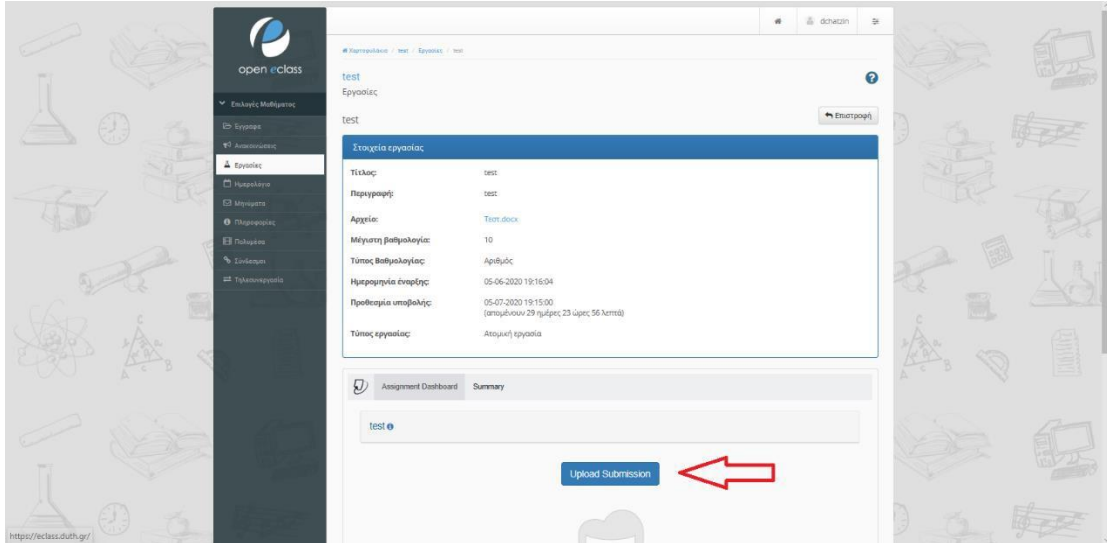
- Απαραίτητη είναι η χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και η χρήση του Firefox ή Google Chrome.
- Έχετε τη δυνατότητα να υποβάλετε μόνο ένα αρχείο, για αυτό πρέπει να ακολουθήσετε με προσοχή τα παρακάτω βήματα.

1. Στην ενότητα «Εργασίες», πατάτε κλικ στον σύνδεσμο, ο οποίος θα έχει το όνομα «ΤΕΛΙΚΗ ΕΞΕΤΑΣΗ»

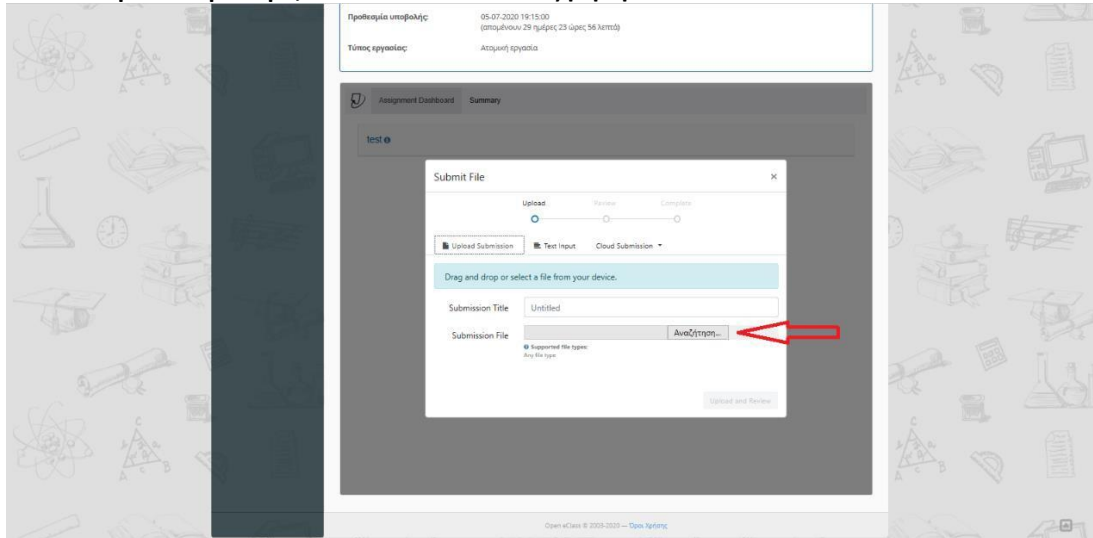


Τίτλος	Προθεσμία υποβολής	Έχει αποσταλεί	Βαθμός
test	05-07-2020 19:15:00 (απομένουν 29 ημέρες 23 ώρες 56 λεπτά)	<input type="checkbox"/>	

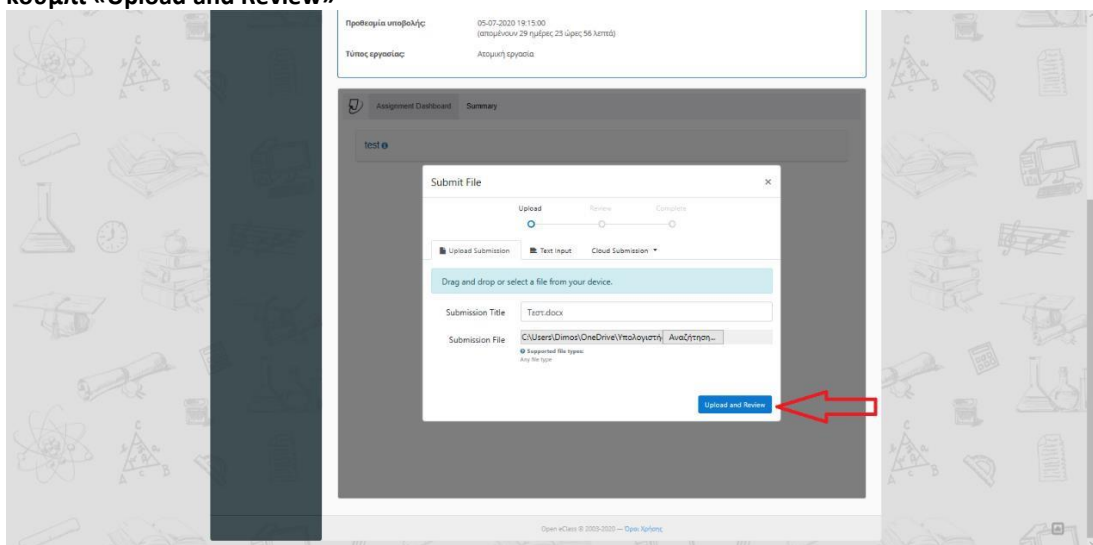
2. Στο παράθυρο που ανοίγει, πατάτε κλικ στο κουμπί «Upload Submission»



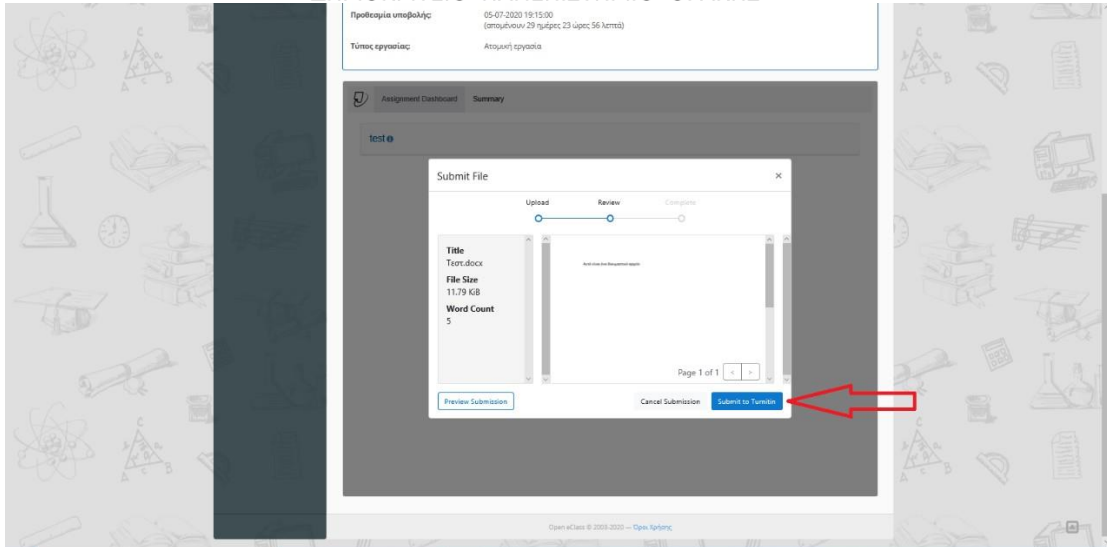
3. Στο επόμενο παράθυρο, πατάτε κλικ στο «Αναζήτηση»



4. Αφού έχετε επιλέξει από τον υπολογιστή σας το αρχείο που έχετε δημιουργήσει, πατάτε στο κουμπί «Upload and Review»



5. Στο επόμενο βήμα πατάτε στο κουμπί «Submit to Turnitin». Έπειτα, δεν πατάτε τίποτε άλλο, απλώς περιμένετε



6. Η ολοκλήρωση της διαδικασίας θα είναι όπως φαίνεται στην εικόνα.

