

# Έντυπο Καταγραφής Πληροφοριών και Συγκέντρωσης Εκπαιδευτικού Υλικού για τα Ανοικτά Μαθήματα

Έκδοση: 1.02, Απρίλιος 2014



ανοικτά μαθήματα  
opencourses

Πράξη «Κεντρικό Μητρώο Ελληνικών Ανοικτών Μαθημάτων»

Σύνδεσμος: <http://ocw-project.gunet.gr>



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



## Περιεχόμενα

1.Πληροφορίες και εκπαιδευτικό υλικό Ακαδημαϊκού Μαθήματος.....	3
1.1 Πληροφορίες μαθήματος.....	3
1.2 Πληροφορίες για τις θεματικές ενότητες ή ενότητες διαλέξεων .....	6
1.3 Άλλες πληροφορίες μαθήματος.....	7

# 1. Πληροφορίες και εκπαιδευτικό υλικό Ακαδημαϊκού Μαθήματος

## 1.1 Πληροφορίες μαθήματος

Όνομα διδάσκοντος/διδασκόντων (Instructor /s)

Χριστίνα Μπουτσούκη

Christina Boutsouki

Τίτλος Μαθήματος (Course title) όπως αναφέρεται στο πρόγραμμα σπουδών (ΠΣ)

EPEYNA MARKETINGK

MARKETING RESEARCH

Δικτυακός τόπος μαθήματος

<http://qa.auth.gr/el/class/1/100024855>

Κωδικός Μαθήματος (Course Code) όπως αναφέρεται στο ΠΣ

03YE08

Επίπεδο μαθήματος/Κύκλος σπουδών (Course level/cycle)

*Προπτυχιακό (Undergraduate)/Πρώτος κύκλος σπουδών (First cycle)*

Έτος σπουδών (Year of Study)

Έτος: 3

Εξάμηνο (Semester)

Εξάμηνο: 5

Τύπος μαθήματος (Type of course)

*Ειδικής Επιλογής*

Διδακτικές ώρες στο εξάμηνο = 39

Γλώσσα διδασκαλίας (Course language)

*Ελληνική*

## Ομάδα στόχος (Target Group)

Οι φοιτητές του τμήματος Οικονομικών Επιστημών.  
Ενδιαφερόμενοι για τη θεματική περιοχή Οικονομική των Επιχειρήσεων.

## Πιστωτικές μονάδες (ECTS)

Αριθμός μονάδων: 5

## Περισσότερα για τον/τους διδάσκοντες (More about instructor)

<http://www.econ.auth.gr/index.php?lang=el&rm=1&mn=13&stid=31>

## Περιγραφή μαθήματος (Course Overview / Description / Synopsis)

Το μάθημα είναι οργανωμένο σε τέσσερα μέρη. Ξεκινά με την εισαγωγή στην έννοια και τη διαδικασία της Έρευνας Αγοράς καθώς και στην παρουσίαση του ορισμού του ερευνητικού προβλήματος, που θα οδηγήσει στη λύση του προβλήματος απόφασης. Το δεύτερο μέρος παρουσιάζει το σχεδιασμό της διερευνητικής και περιγραφικής έρευνας. Γίνεται η διάκριση μεταξύ των πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων και της Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας. Το τρίτο μέρος αφορά το σχεδιασμό και τη σύνταξη των ερευνητικών εργαλείων (ερωτηματολόγια), το σχεδιασμό της δειγματοληψίας καθώς και της επεξήγησης των διαδικασιών απόκτησης των πληροφοριών. Εργαλεία Λήψης Αποφάσεων Μάρκετινγκ για Ποιοτική Έρευνα: Ομάδες Εστίασης, Σε Βάθος Συνεντεύξεις, Προβολικές Τεχνικές, Τεχνικές Παρατήρησης, Case Study. Εργαλεία Λήψης Αποφάσεων Μάρκετινγκ για Ποσοτική Έρευνα: Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου, Δειγματοληψία, Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης στην Έρευνα Αγοράς & Παρουσίαση Ευρημάτων Έρευνας, Πιλοτική Έρευνα Αγοράς. Επιπλέον, παρουσιάζεται η έρευνα πεδίου, η προετοιμασία των δεδομένων και οι έλεγχοι εγκυρότητας και αξιοπιστίας. Οι μέθοδοι στατιστικής ανάλυσης δεδομένων και οι τεχνικές παρουσίασης των αποτελεσμάτων παρουσιάζονται στο τελευταίο μέρος του μαθήματος καθώς και οι μέθοδοι αποτύπωσης και παρουσίασης των ερευνητικών δεδομένων και η εφαρμογή των αποτελεσμάτων στη στρατηγική κατάκτηση της Αγοράς.

## Περιεχόμενα μαθήματος (Course Contents)

- Μεθοδολογία έρευνας
- Σχεδιασμός ερωτηματολογίου
- Εμφάνιση και προέλεγχος ερωτηματολογίου
- Δειγματοληψία
- Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης
- Προβολικές τεχνικές
- Συνεντεύξεις

## Μαθησιακοί στόχοι μαθήματος (Course Objectives/Goals)

Το μάθημα της Έρευνας Αγοράς έχει ως στόχο α) Να εισάγει τους σπουδαστές στις βασικές έννοιες στην παρουσίαση του ορισμού του ερευνητικού προβλήματος και διαδικασίες της έρευνας αγοράς, β) να εξετάσει και να αναλύσει τα απαραίτητα εργαλεία για τη συλλογή, επεξεργασία, ανάλυση και αποτύπωση των δεδομένων που χρησιμοποιούμε στην Έρευνα Αγοράς με στόχο την διαμόρφωση Στρατηγικών Πολιτικής Κατάκτησης της Αγοράς.

## Λέξεις κλειδιά (Keywords)

Ερευνητικό πρόβλημα, Ποιοτική, Ποσοτική, πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα.

Research problem, Qualitative, Quantitative, primary data, secondary data.

## Ομάδα ανάπτυξης περιεχομένου (Content Development)

Έλλη Βλαχοπούλου

Elli Vlachopoulou

## Τύποι εκπαιδευτικού υλικού (course format)

*Διαφάνειες*

## Προτεινόμενα συγγράμματα

1. Γιώργος Σιώγκος & Δημήτρης Μαύρος (2008), Έρευνα Αγοράς, 2008, Εκδόσεις Σταμούλη.
1. Σταθακόπουλος, Β. (2005). Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

## 1.2 Πληροφορίες για τις θεματικές ενότητες ή ενότητες διαλέξεων

### Αριθμός Θεματικών Ενότητων

7

### Τίτλοι Θεματικών Ενότητων

1. Μεθολογία έρευνας
2. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου
3. Εμφάνιση και προέλεγχος ερωτηματολογίου
4. Δειγματοληψία
5. Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης
6. Προβολικές τεχνικές
7. Συνεντεύξεις

### Αναλυτική περιγραφή ενότητων

1. Μεθολογία έρευνας: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να κάνει μια εισαγωγή στην Έρευνα Μάρκετινγκ.
2. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει τον σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου.
3. Εμφάνιση και προέλεγχος ερωτηματολογίου: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει την εμφάνιση και τον προέλεγχο του ερωτηματολογίου.
4. Δειγματοληψία: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει τη διαδικασία της δειγματοληψίας.
5. Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει και να περιγράψει τις μεθόδους στατιστικής ανάλυσης.
6. Προβολικές τεχνικές: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει τις προβολικές τεχνικές.
7. Συνεντεύξεις: Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει τη διαδικασία συνεντεύξεων.

### Λέξεις – κλειδιά ανά ενότητα

1. Μεθολογία έρευνας: εισαγωγή στην Έρευνα Μάρκετινγκ
2. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου
3. Εμφάνιση και προέλεγχος ερωτηματολογίου
4. Δειγματοληψία
5. Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης
6. Προβολικές τεχνικές
7. Συνεντεύξεις

### 1.3 Άλλες πληροφορίες μαθήματος

Άδεια χρήσης Creative Commons (CC): [Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Παρόμοια Διανομή \(BY-SA\) Διεθνής, Έκδοση 4.0](#) ή μεταγενέστερη.