

23.

Τίτλος Μαθήματος	Συμπεριφορά Καταναλωτή			
Κωδικός Μαθήματος	MRKT220			
Τύπος μαθήματος	Θεωρητικό, Μαθήματα Επιλογής (Συναπαιτούμενα Ομάδα Β)			
Επίπεδο	Προπτυχιακό			
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	Έτος 2 ^ο Εξάμηνο 4 ^ο			
Όνομα Διδάσκοντα	Καλαθά Άντρια			
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	3	Εργαστήρια / εβδομάδα
Στόχοι Μαθήματος	Σκοπός του μαθήματος είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές/τριες την εφαρμογή της συμπεριφοράς του καταναλωτή ως κεντρικό σημείο για τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την εφαρμογή επιτυχημένων στρατηγικών μάρκετινγκ. Με έμφαση στην ανάπτυξη μιας ποικιλίας χρήσιμων δεξιοτήτων, το μάθημα προετοιμάζει τους φοιτητές/τριες για να έχουν μια πετυχημένη σταδιοδρομία στην ανάπτυξη και διαχείριση της εμπορικής επωνυμίας, τη διαφήμιση και την έρευνα καταναλωτών.			
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/τριες θα πρέπει να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αποκτήσουν γνώση της ορολογίας, των μεθόδων, των τάσεων και εννοιών της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή. • Κατανοήσουν τις θεμελιώδεις σύγχρονες αρχές και θεωρίες της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή, όπως αυτές ισχύουν στο διεθνές και εγχώριο Μάρκετινγκ. • Εφαρμόζουν στον επαγγελματικό τους χώρο δεξιότητες και ικανότητες Συμπεριφοράς του Καταναλωτή όσον αφορά την κατανόηση: <ul style="list-style-type: none"> • της δυναμικής αλληλεπίδρασης του συναισθήματος, της γνώσης και συμπεριφοράς των πελατών τους. • της διαδικασίας κινητοποίησης και έγερσης ανάγκης στους πελάτες τους. • της εφαρμογής της θεωρίας της ανάμιξης με την υψηλή ανάμιξη του πελάτη τους κατά την ώρα της επίσκεψης και παρουσίασής τους σε αυτόν(ήν) • Να γνωρίζουν τρόπους και μεθόδους ικανοποίησης και διατήρησης των πελατών τους 			
Προαπαιτούμενα	MRKT217 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ	Συναπαιτούμενα	MRKT219 Διοίκηση Πωλήσεων	

<p>Περιεχόμενο Μαθήματος</p>	<p><u>Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή: Η Μελέτη και η Έρευνα της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή • Διαδικασία Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτή: Υποδείγματα Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτή και η Επεξεργασία Πληροφοριών Αξιολόγησης Μαρκών • Αντίληψη Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ: Λειτουργίες της Επιλεκτικής Αντίληψης και Αντιληπτική Χαρτογράφηση • Ανάμιξη, Μάθηση & Προσήλωση Καταναλωτή: Τοποθέτηση Προϊόντος και Ανάμιξη • Στρατηγικές Μάρκετινγκ για τη Μετατροπή της Ανάμιξης από Χαμηλή σε Υψηλή, Σχηματισμός, Μέτρηση & Αλλαγή Στάσεων: Θεωρίες Διαμόρφωσης και Μέτρησης Στάσεων, Σχέση Στάσης – Συμπεριφοράς • Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Καταναλωτή: Κύριες Δημογραφικές Τάσεις και Μέθοδοι Δημογραφικής Ανάλυσης στο Μάρκετινγκ • Ψυχογραφικά Χαρακτηριστικά Καταναλωτή: Τυπολογίες Τρόπου Ζωής και Αξίες και Συστήματα Αξιών • Τμηματοποίηση Αγοράς και Τοποθέτηση Προϊόντος • Έρευνα Συμπεριφοράς Καταναλωτή: Μέθοδοι Συλλογής Στοιχείων • Επιδράσεις της Κουλτούρας και των Κοινωνικών Τάξεων • Επιδράσεις Ομάδων και Ομάδες Αναφοράς, Καθοδηγητές Γνώμης και Διαδικασία Διάδοσης Προϊόντων • Επιδράσεις Περιστασης • Επικοινωνίες Μάρκετινγκ και Διαφήμιση • Ικανοποίηση και Διατήρηση του Πελάτη.
<p>Μεθοδολογία Διδασκαλίας</p>	<p>Διαλέξεις, επίδειξη, συζήτηση, ομαδικές ασκήσεις και εργασίες, επισκέψεις, παρουσιάσεις από επισκέπτες.</p>
<p>Βιβλιογραφία</p>	<p>Ελληνική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μπάλτας, Γ., Παπασταθοπούλου, Π. (2013). <i>Συμπεριφορά καταναλωτή</i>. 2^η Έκδοση. Εκδοτικός Οίκος Rosili. ISBN: 978-960-7745-30-9. • Σιώμκος, Γ. Ι. (2011). <i>Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ</i>. 3^η Έκδοση. Εκδόσεις Σταμούλη: Αθήνα. ISBN: 978-9603514565. • Solomon, M. R. (2020). <i>Συμπεριφορά καταναλωτή: Αγοράζοντας, έχοντας και ζώντας</i>. 11^η Έκδοση. Τζιόλα. ISBN 978-960-418-507-8. <p>Αγγλική Βιβλιογραφία:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., Kleiser, S. B. (2020). <i>Consumer Behavior: Building Marketing Strategy</i>. 15th Edition. McGraw - Hill Education. ISBN: 978-1-260-56648-2

	<ul style="list-style-type: none"> • Solomon, M. R., Bamossy, G. (2016). <i>Consumer Behavior: A European perspective</i>. 6th Edition. Pearson. ISBN: 978-1292116722. • Solomon, M. R. (2012). <i>Consumer Behavior: Buying, having, and being</i>. Prentice Hall. ISBN: 9780132671842.
Αξιολόγηση	<ul style="list-style-type: none"> • Παρουσία και Συμμετοχή στην Τάξη: 10% • Εργασίες: 40% • Τελική γραπτή Εξέταση: 50%
Γλώσσα	Ελληνικά ή Αγγλικά