

38.

Τίτλος μαθήματος	Έρευνα Αγοράς και Ανάλυση		
Κωδικός μαθήματος	MRKT405		
Τύπος μαθήματος	Θεωρητικό, Υποχρεωτικό Μάθημα		
Επίπεδο	Προπτυχιακό		
Έτος /Εξάμηνο	Έτος 4 ^ο Εξάμηνο 7 ^ο		
Όνομα διδάσκοντα	Δρ. Σαρρής Δημήτριος		
ECTS	6	Διαλέξεις/ εβδομάδα	3
		Εργαστήρια/ εβδομάδα	
Σκοπός και στόχοι μαθήματος	<p>Το μάθημα παρέχει μια εισαγωγή στις αρχές και τη μεθοδολογία της έρευνας και ανάλυσης αγοράς. Επικεντρώνεται κυρίως στην κατανόηση της διαδικασίας έρευνας αγοράς και των επιπτώσεών της στη λήψη διοικητικών αποφάσεων. Συζητούνται επίσης οι ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι, μαζί με την ερμηνεία, την επικοινωνία και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων.</p>		
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ορίζουν ερευνητικά προβλήματα και να θέτουν ερευνητικούς στόχους • Εξηγούν το πλαίσιο συμπεριφοράς επιλογής • Σχεδιάζουν κατάλληλα ερωτηματολόγια και να τα δοκιμάζουν • Αναπτύσσουν τη κατάλληλη μέθοδο έρευνας • Κατανοούν και συζητούν για τη στρωματοποίηση και τις μεθόδους δειγματοληψίας • Διαχειρίζονται τον κύκλο ζωής ενός έργου έρευνας αγοράς • Αναλύουν και παρουσιάζουν σωστά τα δεδομένα 		
Προαπαιτούμενα	<p>STAT107 Εισαγωγή στη Στατιστική</p> <p>MRKT217 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ</p>	Συναπαιτούμενα	Κανένα
Περιεχόμενο μαθήματος	<ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή στην έρευνας αγοράς και στη κοινωνική έρευνα • Καθορισμός του ερευνητικού προβλήματος: Εξερεύνηση, Περιγραφική Έρευνα, Αιτιατική Έρευνα • Διαχείριση ερευνητικού έργου: Επιλογή Ομάδας • Ομάδα Στόχος • Συλλογή δεδομένων: Πρωτογενής, Δευτερεύουσα, ποιοτική, ποσοτική έρευνα • Καθορισμός του μοντέλου επιλογής συμπεριφοράς • Σχεδιασμός ερωτηματολογίων: Τύποι, Ποσότητα, Χρόνος Απάντησης • Δειγματοληψία: Πληθυσμός, Πλαίσιο δειγματοληψίας, Στρατηγική δειγματοληψίας, Σφάλμα δειγματοληψίας • Ανάλυση ποιοτικών & ποσοτικών δεδομένων • Παρουσίαση & επανεξέταση των ευρημάτων 		

Μεθοδολογία διδασκαλίας	<p>Το περιεχόμενο του μαθήματος θα διδαχθεί με:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρουσιάσεις Power Point • Καθοδηγούμενες συζητήσεις με την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών • Παραδείγματα με συναφείς με το πρόγραμμα μελέτες περίπτωσης • Ενότητα ερωταπαντήσεων και διευκρινήσεων • Χρήση διαδικτύου και συναφούς υποδομής τεχνολογιών πληροφορικής • Χρήση βιντεοπροβολέα και Πίνακα • Εκπόνηση Εργασίας
Βιβλιογραφία	<p>Ελληνική Βιβλιογραφία</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πετράκης, Μ. (2011). <i>Έρευνα Marketing : Η Ερευνητική Μεθοδολογία</i>. 3^η Έκδοση. Σταμούλης, ISBN: 9789603518754. • Τηλικίδου, Ε. (2004). <i>Η Έρευνα του Μάρκετινγκ : Θεωρητικές προσεγγίσεις και εφαρμογές</i>. Ελληνικά Γράμματα Α.Ε., ISBN: 960-406-954-3 <p>Αγγλική Βιβλιογραφία</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bourke, J Kirby, A. Doran, J.(2016). <i>Survey & questionnaire design : Collecting Primary Data to Answer Research Questions</i>. Ireland: NuBooks, ISBN 9781846211874 EBSCOhost • Phillips, P. P., Aaron, B. C., Phillips, J. J. (2013). <i>Survey Basics</i>. Alexandria, Va: American Society for Training & Development, ISBN 9781562868093 EBSCOhost • Cole, Megan; Long, Lori(2016). <i>Surveys From Start to Finish</i>. Alexandria, Va: Association For Talent Development, v. Revised 2016 edition ISBN 9781562869311. EBSCOhost • Hill, N., Brierley, J.(2003). <i>How to measure customer satisfaction</i>. Gower, ISBN: 0-566-08595-X. • Beall, Anne(2014). <i>Strategic market research : A guide to conducting research that drives businesses</i>. iUniverse LLC, ISBN: 9781936236169
Αξιολόγηση	<ul style="list-style-type: none"> • Παρουσία και Συμμετοχή στην Τάξη: 10% • Εργασία³: 60% • Παρουσίαση Εργασίας: 30%
Γλώσσα	<p>Ελληνικά ή Αγγλικά</p>

³ Η εργασία αφορά στην έρευνα αγοράς και ανάλυση, γραμμένη σύμφωνα με τις σχετικές οδηγίες, χρησιμοποιώντας τουλάχιστον 1.500 λέξεις