

Περιγραφή Μαθήματος

1. Τίτλος Μαθήματος	Έρευνα Μάρκετινγκ
2. Κωδικός Μαθήματος	EEM 501
3. Τύπος Μαθήματος (Υποχρεωτικό/ Ειδίκευση)	Ειδίκευση: Διοίκηση Επιχειρήσεων
4. Επίπεδο Μαθήματος	Μεταπτυχιακό
5. Έτος Σπουδών	Δεύτερο
6. Ενότητα	Πέμπτη
7. Πιστωτικές Μονάδες (ECTS)	5
8. Όνομα Διδάσκουσας	Δρ. Ντάινα Νικολάου
9. Μαθησιακά Αποτελέσματα	
Με την ολοκλήρωση του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση: <u>Γνώση</u> • Να περιγράφει τη διαδικασία σχεδιασμού ενός πλάνου έρευνας μάρκετινγκ <u>Εφαρμογή</u> • Να εφαρμόζει πρακτική τη γνώση μέσω της διεξαγωγής μιας έρευνας μάρκετινγκ για μια εταιρεία <u>Σύνθεση</u> • Να οργανώνει την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης μιας επιχείρησης και να προτείνει ανάλογες στρατηγικές μάρκετινγκ με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας <u>Κατανόηση</u> • Να αναγνωρίζει τις ποιοτικές και ποσοτικές μεθόδους συλλογής και ανάλυσης δεδομένων	

Ανάλυση

- Να επιχειρηματολογεί ως προς τη χρήση συγκεκριμένων στρατηγικών με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας για μια επιχείρηση

Αξιολόγηση

- Να αξιολογεί την ποιότητα μιας έρευνας μάρκετινγκ ως προς τη δειγματοληψία και την αξιοπιστία/εγκυρότητα της.

10. Τρόπος Παράδοσης

Πρόσωπο με Πρόσωπο

11. Προ-απαιτούμενα και Συν-απαιτούμενα

Διεύθυνση Μάρκετινγκ (ΔΜΚ 102)

12. Συνιστώμενες Προαιρετικές Εκπαιδευτικές Συνιστώσες του Προγράμματος Σπουδών

Δεν Υπάρχουν

13. Περιεχόμενο Μαθήματος (Στόχος, Περιεχόμενο)

Στόχος είναι οι φοιτητές να:

Κατανοήσουν την επιστημονική προσέγγιση στην έρευνα μάρκετινγκ

Εξασκηθούν στις μεθόδους συλλογής πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων

Ξεχωρίσουν το ρόλο και τη χρήση της παρατήρησης, των ερωτηματολογίων και των πειραμάτων στην έρευνα μάρκετινγκ

Διεξάγουν μία έρευνα Μάρκετινγκ

Περιεχόμενο

Γενική εισαγωγή στην έρευνα αγοράς.

Η αξιολόγηση ενός προβλήματος αγοράς.

Τύποι έρευνας:

- Ποιοτική έρευνα.
- Ποσοτική έρευνα.

Δευτερογενείς πηγές στοιχείων.

Μέθοδοι συλλογής πρωτογενών στοιχείων:

- Προσωπική συνέντευξη.
- Ταχυδρομική έρευνα.
- Τηλεφωνική έρευνα.
- Παρατήρηση.

Μέθοδοι συλλογής πρωτογενών στοιχείων: Ειδικές έρευνες.

Σχεδιασμός ερωτηματολογίου. Διάφορα είδη ερωτήσεων και κανόνες σύνταξης.

Πρακτική εξάσκηση.

Δειγματοληψία.

Συλλογή δεδομένων.

- Επεξεργασία και κωδικοποίηση δεδομένων.
- Ανάλυση και αξιολόγηση δεδομένων.
- Ετοιμασία και παρουσίαση έκθεσης.
- Σωστή επιλογή και συνεργασία με εταιρείες ερευνών.
- Κώδικας δεοντολογίας.

14. Συνιστώμενη ή Απαιτούμενη Βιβλιογραφία

- 1) Σταθακόπουλος, Βλάσης (2005) Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης
- 2) Μιχαήλ, Πετράκης (2011) Έρευνα Marketing, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

15. Σχεδιασμένες Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι	
Διαλέξεις Άρθρα Μελέτες περιπτώσεων Συνομιλίες & Συναντήσεις Επεξήγηση και ατομική βοήθεια στην κατανόηση Ενδελεχής μελέτη της βιβλιογραφίας και παρεμφερών πηγών	
16. Μέθοδοι Αξιολόγησης και Κριτήρια	
Παρουσία και Συμμετοχή	(10%)
Εργασία	(60%)
Τελική Εξέταση	(30%)
17. Γλώσσα Διδασκαλίας	
Ελληνικά	
18. Πρακτική Άσκηση	
Όχι	