



## Διάγραμμα Μαθήματος

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Κωδικός Μαθήματος</b><br>MBAN-748DG           | <b>Τίτλος Μαθήματος</b><br>Συμπεριφορά Καταναλωτών | <b>Πιστωτικές Μονάδες</b><br>6                         |
| <b>Προαπαιτούμενα</b><br>MBAN-650DG              | <b>Τμήμα</b><br>Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων       | <b>Εξάμηνο</b><br>Φθινοπωρινό, Εαρινό                  |
| <b>Κατηγορία Μαθήματος</b><br>Κατεύθυνσης        | <b>Γνωστική Περιοχή</b><br>Μάρκετινγκ              | <b>Γλώσσα Διδασκαλίας</b><br>Ελληνική                  |
| <b>Επίπεδο Σπουδών</b><br>2 <sup>ος</sup> Κύκλος | <b>Διδάσκων</b><br>Δρ. Παρασκευή (Εύη) Δεκούλου    | <b>Έτος Σπουδών</b><br>1 <sup>ο</sup> ή 2 <sup>ο</sup> |
| <b>Μέθοδος Διδασκαλίας</b><br>Εξ Αποστάσεως      | <b>Πρακτική Άσκηση</b><br>N/A                      | <b>Συν-απαιτούμενα</b><br>N/A                          |

### Στόχοι του Μαθήματος:

Σκοπός του παρόντος μαθήματος είναι να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν σε βάθος την έννοια της συμπεριφοράς καταναλωτή και να αντιληφθούν πώς η μελέτη της συμπεριφοράς καταναλωτή επηρεάζει τη διαμόρφωση της στρατηγικής μάρκετινγκ και βοηθά τις επιχειρήσεις να παρέχουν τη βέλτιστη δυνατή αξία στους πελάτες τους.

Βασικοί στόχοι του μαθήματος είναι:

- Να προσφέρει στους φοιτητές ενδεδειγμένη γνώση για θεμελιώδεις έννοιες, διαδικασίες και προσκλήσεις που σχετίζονται με τη συμπεριφορά καταναλωτή
- Να επεξηγήσει πώς η αντίληψη και οι αξίες, η μάθηση, η μνήμη και τα κίνητρα συμβάλλουν στη λήψη αποφάσεων από τους καταναλωτές, και πώς οι προαναφερθείσες μεταβλητές επηρεάζουν τις εκδηλώσεις της καταναλωτικής συμπεριφοράς
- Να παρουσιάσει ενδεδειγμένους τρόπους λήψης αγοραστικών αποφάσεων, αξιολόγησης εναλλακτικών λύσεων και χρήσης προϊόντων
- Να αξιολογήσει τον ρόλο καθοδηγητών γνώμης και των ομάδων αναφοράς στις εκδηλώσεις της καταναλωτικής συμπεριφοράς
- Να επεξηγήσει πώς τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά και ο τρόπος ζωής του καταναλωτή συνιστούν κριτήρια τμηματοποίησης και τοποθέτησης του προϊόντος

## Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

1. Αναλύσουν την διαδικασία που ακολουθούν οι καταναλωτές προκειμένου να λάβουν μία αγοραστική απόφαση
2. Εκτιμήσουν τις επιδράσεις που δέχονται οι καταναλωτές από τον περίγυρό τους
3. Προβλέψουν την στάση του καταναλωτή έναντι συγκεκριμένου προϊόντος και να σχεδιάσουν πώς αυτή μπορεί να μεταβληθεί
4. Προβούν σε αποτελεσματική τμηματοποίηση της αγοράς και επιλογή των στοχούμενων κοινών
5. Αξιολογήσουν κριτικά την αποτελεσματικότητα των διαφορετικών τεχνικών προβολής ως προς την ικανότητά τους να επηρεάσουν θετικά την καταναλωτική συμπεριφορά
6. Αναπτύξουν ένα αποτελεσματικό στρατηγικό πλάνο μάρκετινγκ λαμβάνοντας υπόψη ζητήματα σχετικά με την επίδραση του περιβάλλοντος στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών

## Περιεχόμενο Μαθήματος:

- **Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή**
- **Διαδικασία Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτή:** Υποδείγματα λήψης αποφάσεων καταναλωτή, Επεξεργασία πληροφοριών και αξιολόγηση μαρκών
- **Αντίληψη Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ:** Η μνήμη και το σύστημα μνήμης, Η αίσθηση και το απόλυτο διαφορικό κατώφλι, Αντιληπτική χαρτογράφηση του προϊόντος
- **Υποκίνηση, Κίνητρα & Αξίες**
- **Μάθηση, Μνήμη & Στάσεις**
- **Κουλτούρα, Εισόδημα και Κοινωνική Τάξη:** Δημογραφικά χαρακτηριστικά καταναλωτή, Κύριες δημογραφικές τάσεις & επιπτώσεις, Ηλικιακές κατηγορίες καταναλωτών, Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά καταναλωτή, Τυπολογίες τρόπου ζωής
- **Επιρροή της Ομάδας και Καθοδήγηση Γνώμης:** Επιδράσεις ομάδων και ομάδες αναφοράς, Τύποι ομάδων, Κοινότητες μάρκας
- **Διαδικασία Διάδοσης Προϊόντων και Καινοτομίες**

## Μαθησιακές Δραστηριότητες/Διδακτικές Μέθοδοι:

- Διαδικτυακές Διαλέξεις
- Μελέτη Εγχειριδίων και Σημειώσεων Μαθήματος
- Διαδικτυακή Συζήτηση
- Ανάλυση Μελετών Περίπτωσης
- Σύντομες Ασκήσεις
- Videos

**Μέθοδοι Αξιολόγησης:**

Τελικές εξετάσεις, Ατομική Εργασία, Εβδομαδιαίες Δραστηριότητες

**Διδακτικά Εγχειρίδια – Βιβλιογραφία:**

| Τίτλος   | Συγγραφέας   | Εκδόσεις           | Έτος | ISBN              |
|--|--|--------------------|------|-------------------|
| Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ (3η έκδοση)         | Σιώμκος, Γ.Ι.  | Εκδόσεις Σταμούλης | 2011 | 978-960-351-456-5 |
| Consumer Behaviour: A European Perspective (5 <sup>η</sup> έκδοση) | Solomon, M.R., Bamossy, J., Askegaard, S. & Hogg, M. | Pearson            | 2012 | 978-0470971277    |

**Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:**

| Τίτλος  | Συγγραφέας                        | Εκδόσεις | Έτος | ISBN           |
|---|-----------------------------------|----------|------|----------------|
| Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές | Μπάλτας, Γ. & Παπασταθοπούλου, Π. | Rosili   | 2003 | 978-0470971277 |

**Ακαδημαϊκά Περιοδικά**

- ✓ Journal of Consumer Research
- ✓ Journal of Consumer Behaviour
- ✓ Journal of Consumer Marketing
- ✓ European Journal of Marketing
- ✓ Consumer Behavior Research
- ✓ Journal of Consumer Psychology
- ✓ Journal of Marketing Behavior