



Διάγραμμα Μαθήματος

Κωδικός Μαθήματος	Τίτλος Μαθήματος	Πιστωτικές Μονάδες ECTS
MKTG-496DG	Συμπεριφορά Καταναλωτή	6
Προαπαιτούμενα	Τμήμα	Εξάμηνο
MKTG-291DG	Μάρκετινγκ	Χειμερινό, Εαρινό
Κατηγορία Μαθήματος	Γνωστικό Πεδίο	Γλώσσα Διδασκαλίας
Υποχρεωτικό	Μάρκετινγκ	Ελληνικά
Επίπεδο Σπουδών	Διδάσκων	Έτος Σπουδών
Πτυχίο	Δρ. Γιούλα Μελανθίου	1 ^ο - 2 ^ο
Τρόπος Διδασκαλίας	Πρακτική Άσκηση	Συναπαιτούμενα
Εξ Αποστάσεως	Δ/Υ	Κανένα

Στόχοι Μαθήματος:

Οι βασικοί στόχοι του μαθήματος είναι:

- Παρέχει στους φοιτητές μια λεπτομερή, εις βάθος κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και να περιγράψει πως η μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή βοηθά τις εταιρείες να εξυπηρετούν καλύτερα τους πελάτες τους.
- Βοηθήσει στην κατανόηση του πώς ο εαυτός, η αντίληψη, η μάθηση και το κίνητρο, όλα συμβάλλουν σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων των καταναλωτών και, τελικά, εκφράζεται ως συμπεριφορά.
- Παρουσιάσει τους διάφορους τρόπους λήψης αποφάσεων, τους τρόπους αξιολόγησης εναλλακτικών λύσεων και προϊόντων, και τους τρόπους αγοράς και χρησιμοποίησης προϊόντων.
- Ευνοήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν πώς μεγάλες εταιρείες χρησιμοποιούν την έρευνα των καταναλωτών στις δικές τους στρατηγικές, και να εφαρμόζουν τις διάφορες θεωρίες της συμπεριφοράς καταναλωτών και στην πράξη.

Μαθησιακά Αποτελέσματα:

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

- Κατανοήσει την διαδικασία που ακολουθούν οι καταναλωτές για να πάρουν μία αγοραστική απόφαση.

- Εκτιμήσει τις επιδράσεις που δέχονται οι καταναλωτές από τον κοινωνικό και πολιτιστικό τους περίγυρο.
- Περιγράψει την συλλογή και την επεξεργασία των πληροφοριών καθώς και την αξιολόγηση των εναλλακτικών λύσεων για την λήψη της απόφασης αγοράς από τον καταναλωτή.
- Εξηγήσει και ερμηνεύσει εναλλακτικούς τύπους αγοραστικής συμπεριφοράς.
- Αναλύσει την έννοια και την σημασία της ανάμιξης με το προϊόν.
- Αναλύσει ζητήματα σχετικά με την διαχείριση της μάρκας και την προσήλωση στην μάρκα.
- Αναλύσει ζητήματα σχετικά με την τμηματοποίηση της αγοράς και την επιλογή τμημάτων-στόχων.
- Περιγράψει τον ρόλο της ικανοποίησης του πελάτη μέσω της ποιότητας, της εξυπηρέτησης και της αξίας.
- Αναπτύξει ζητήματα σχετικά με την επίδραση του περιβάλλοντος μάρκετινγκ στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Περιεχόμενο Μαθήματος:

1. Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή
2. Διαδικασία Λήψης Αποφάσεων Καταναλωτή
3. Αντίληψη Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ
4. Υποκίνηση, Αξίες και Τρόπος Ζωής
5. Μάθηση, Μνήμη και Στάσεις
6. Κουλτούρα, Εισόδημα και Κοινωνική Τάξη
7. Επιρροή της Ομάδας και η Καθοδήγηση Γνώμης
8. Διαδικασία Διάδοσης Προϊόντων και Καινοτομίες

Μαθησιακές Δραστηριότητες και Διδακτικές Μέθοδοι:

Διαδικτυακή παρουσίαση, διαδικτυακή συζήτηση, εργασίες, video cases, άρθρα, τηλεδιασκέψεις.

Μέθοδοι Αξιολόγησης:

Εργασία, Δραστηριότητες, Τελική Εξέταση.

Απαιτούμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Σημειώσεις PDF	Μελανθίου, Γιούλα	Moodle, UNIC	2017	

Προτεινόμενα Διδακτικά Εγχειρίδια και Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:

Τίτλος	Συγγραφέας	Εκδοτικός Οίκος	Έτος	ISBN
Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ, 3η έκδοση	Σιώμκος, Γ.Ι.	Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης	2011	978-960-351-456-5
Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές	Μπάλας, Γ., Παπασταθοπούλου, Π.	Rosili	2003	960-7745-07-8
Consumer Behaviour 5 th ed.: A European Perspective	Solomon, M.R., Bamossy, J., Askegaard, S., Hogg, M.	Pearson	2012	978-0470971277
Consumer Behaviour	Noel, H	Lausanne, Switzerland: AVA Academia, eBook Collection (EBSCOhost)	2009	Noel, H