

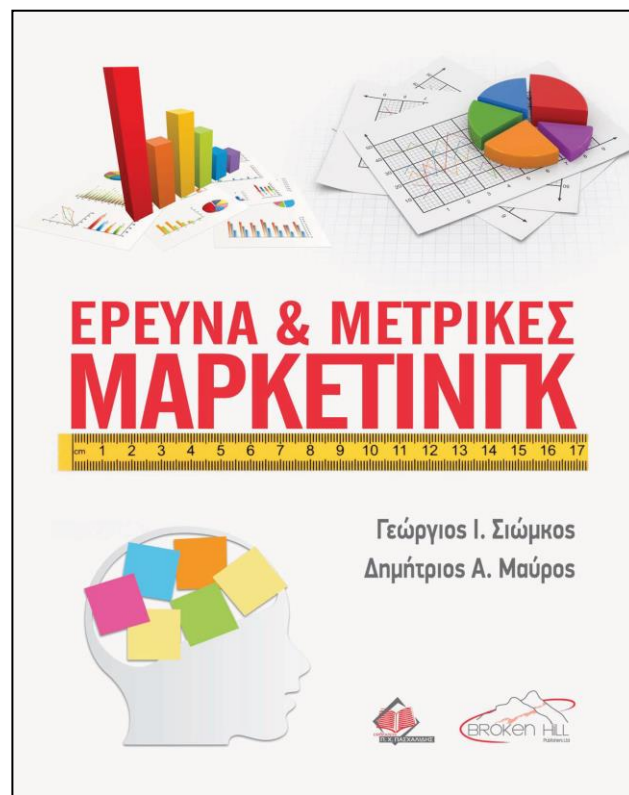


Εισαγωγή στο Μάθημα & Διοικητικά Θέματα

Αντικείμενο Μελέτης Μαθήματος

- 6^ο εξάμηνο, ΥΚ ΜΚΤ.
- Αναγνώριση και ορισμός επιχειρηματικών προβλημάτων και προβλημάτων ΜΚΤ. Επιλογή των κατάλληλων μεθόδων ΕΑ. Σχεδιασμός και υλοποίηση αποτελεσματικών ερευνών αγοράς και ΜΚΤ.
- Απόκτηση γνώσεων αναφορικά με τις βασικές μεθόδους ΕΑ (ποιοτικές, ποσοτικές) καθώς και εξοικείωση με τις δημοφιλέστερες στο ΜΚΤ τεχνικές ανάλυσης στοιχείων, καθώς και με τις κυριότερες Μετρικές ΜΚΤ.

Σύγγραμμα Μαθήματος



Γ. Σιώμκος – Δ.Α. Μαύρος, *Έρευνα & Μετρικές Μάρκετινγκ*, Broken Hill Publishers Ltd, 2018.

Ώρες Γραφείου

Δευτέρα 11.00-13.00 (κατόπιν συνεννόησης με email)

email: gsiomkos@aueb.gr

eclass Μαθήματος: <http://eclass.aueb.gr/courses/ODE180>

LinkedIn: [George J. Siomkos](#)

Ορισμός της Έρευνας ΜΚΤ (Ε.ΜΚΤ)

- Η **Ε.ΜΚΤ** είναι η συστηματική και αντικειμενική διαδικασία συλλογής και ανάλυσης πληροφοριών/ στοιχείων για βοήθεια στη λήψη αποφάσεων.

Αξία της Έρευνας ΜΚΤ (Ε.ΜΚΤ)

Η κύρια αξία της Ε.ΜΚΤ έγκειται στο ότι:

- **Μειώνει την αβεβαιότητα** στα στελέχη του ΜΚΤ με το να παρέχει πληροφόρηση, η οποία **διευκολύνει τη λήψη αποφάσεων** σχετικών με **στρατηγικές ΜΚΤ και τακτικές/προγράμματα** που χρησιμοποιούνται προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης/ του οργανισμού.
- Τα «μάτια και τα αφτιά της επιχείρησης...»!

Τα Οφέλη για τη Στρατηγική ΜΚΤ από την Ε.ΜΚΤ

- (1) Εντοπισμός και Αξιολόγηση Ευκαιριών
- (2) Ανάλυση Τμημάτων της Αγοράς & Επιλογή Στοχούμενων Τμημάτων
- (3) Σχεδιασμός και Εφαρμογή Ενός Μείγματος ΜΚΤ
- (4) Ανάλυση Αποτελεσμάτων ΜΚΤ

Θεματολογία – Ύλη Μαθήματος

1. Εισαγωγή στην Έρευνα ΜΚΤ/ Αγοράς
2. Δευτερογενής Έρευνα
3. Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας & Η Ερευνητική Πρόταση
4. Ποιοτική Έρευνα I: Ομάδες Εστίασης
5. Ποιοτική Έρευνα II: Σε βάθος Συνεντεύξεις
6. Ποιοτική Έρευνα III: Προβολικές Τεχνικές
7. Τεχνικές Παρατήρησης
8. Ποσοτική Έρευνα I: Ερευνητικές Υποθέσεις
9. Ποσοτική Έρευνα II: Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου
10. Ποσοτική Έρευνα III: Δειγματοληψία
11. Ποσοτική Έρευνα IV: Μέθοδοι Στατιστικής Ανάλυσης στην Ε/Μ
12. Αναφορά και Παρουσίαση (Reporting) Ευρημάτων Έρευνας
13. Μετρικές Μάρκετινγκ