**ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ΣΧΟΛΗ** | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ | | | | |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | | | | |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ | | | | |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **405** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | | **4ο** | |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ | | | | |
| **ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ** *σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων* | | | **ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** | | **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ** |
| Θεωρία | | | 3 | | 5 |
|  | | |  | |  |
|  | | |  | |  |
| *Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).* | | |  | |  |
| **ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**  *γενικού υποβάθρου,  ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης*  *γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων* | Μάθημα Ειδικής Υποδομής | | | | |
| **ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:** |  | | | | |
| **ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:** | ΕΛΛΗΝΙΚΗ | | | | |
| **ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS** | Ναι (στην αγγλική) | | | | |
| **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)** |  | | | | |

1. **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Μαθησιακά Αποτελέσματα** | |
| *Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.*  *Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α*   * *Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης* * *Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β* * *Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων* | |
| Το μάθημα αποτελεί βασικό μάθημα της έννοιας της συμπεριφοράς καταναλωτή.  Η ύλη του μαθήματος στοχεύει στην εισαγωγή και έκθεση των φοιτητών στις στρατηγικές επιπτώσεις των ψυχολογικών και κοινωνικών επιδράσεων που δέχεται ο καταναλωτής κατά τη διάρκεια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων.  Περιλαμβάνει θέματα σχετικά με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, επεξεργασία πληροφοριών, αντιλήψεις, προσήλωση στη μάρκα προϊόντος, ανάμιξη με το προϊόν, μέτρηση και αλλαγή στάσεων, διαπροσωπικές επιδράσεις στη συμπεριφορά του καταναλωτή, υποδείγματα συμπεριφοράς καταναλωτή και εφαρμογές στην τμηματοποίηση της αγοράς, στην τοποθέτηση και στην προβολή προϊόντων.  Τέλος, στόχο του μαθήματος αποτελεί η δημιουργία ενός θεωρητικού περιγράμματος της συμπεριφοράς του καταναλωτή και η κατανόηση του καταναλωτή μέσω εφαρμογών του θεωρητικού υποβάθρου που το διέπει.  Με την επιτυχή ολοκλήρωση της ενότητας αυτής ο φοιτητής/τρια θα είναι σε θέση:   * Να αναγνωρίζει τόσο το γενικότερο αντικείμενο, όσο και τις μεθόδους γύρω από τη συμπεριφορά καταναλωτή. * Να προσδιορίζει τις θεωρητικές έννοιες σχετικές με την ψυχολογία του καταναλωτή. * Να προσδιορίζει τα κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς. * Να εξηγεί και να αναλύει τη διαδικασία αντίληψης και μάθησης των καταναλωτών. * Να μετρά τις επιπτώσεις της αναζήτησης και αξιολόγησης διαθέσιμων επιλογών στη διαμόρφωση προτιμήσεων. * Να εξετάζει τα υποδείγματα λήψης αποφάσεων και να αναγνωρίζουν τις διάφορές στην αγοραστική διαδικασία με βάση τα διάφορα υποδείγματα των καταναλωτών. * Να κατανοεί τους τρόπους με τους οποίους οι στρατηγικές μάρκετινγκ επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή. | |
| **Γενικές Ικανότητες** | |
| *Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;.* | |
| *Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*  *Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*  *Λήψη αποφάσεων*  *Αυτόνομη εργασία*  *Ομαδική εργασία*  *Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*  *Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*  *Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών* | *Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*  *Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*  *Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*  *Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*  *Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*  *Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*  *……*  *Άλλες…*  *…….* |
| * Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις * Λήψη αποφάσεων * Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα * Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης * Ομαδική εργασία * Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών | |

|  |
| --- |
| 1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** |
| * Βασικές έννοιες καταναλωτικής συμπεριφοράς * Αντίληψη κι μάθηση καταναλωτή * Στάσεις καταναλωτή * Πολιτιστικοί, κοινωνικοί, δημογραφικοί παράγοντες και συμπεριφορά καταναλωτή * Προσωπικότητα, αξίες, αυτό-εικόνα και τρόπος ζωής * Διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων * Σύνδεση της συμπεριφοράς του καταναλωτή με το μάρκετίνγκ. * Θεωρία και μέθοδοι κατάτμησης καταναλωτικής αγοράς * Ανάλυση διακριτών επιλογών στην καταναλωτική συμπεριφορά * Μετά-αγοραστική συμπεριφορά * Καινοτομία και συμπεριφορά καταναλωτή * Δείκτες ικανοποίησης καταναλωτών * Προστασία καταναλωτή. * Ψυχολογία και καταναλωτική συμπεριφορά * Μελέτες περίπτωσης |

1. **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ** *Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.* | Διδασκαλία στην τάξη και υποστήριξη φοιτητών μέσα από το σύστημα e-learning του Τμήματος |
| **ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ** *Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές* | Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: Λογισμικό Επεξεργασία Κειμένου, Παρουσιάσεων, Υπολογιστικών Φύλλων. Για τη διεξαγωγή των παρουσιάσεων γίνεται χρήση Video projector.  Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία: Η επικοινωνία με τους φοιτητές επιτυγχάνεται μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου και της πλατφόρμας e-learning του Τμήματος. |
| **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ**  *Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.*  *Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.*  *Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS* | |  |  | | --- | --- | | ***Δραστηριότητα*** | ***Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου*** | | Διαλέξεις | 46 | | Ασκήσεις πράξης |  | | Συγγραφή εργασίας (εργασιών) | 33 | | Άσκηση πεδίου ή εκπόνηση μελέτης (project) | 13 | | Αυτοτελής Μελέτη | 33 | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | | Σύνολο Μαθήματος | ***125*** | |
| **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ**  *Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης*  *Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες*  *Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.* | Γλώσσα Αξιολόγησης : Ελληνικά  Γραπτή τελική εξέταση (60%) η οποία μπορεί να περιλαμβάνει:  Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής ή σωστού‐λάθους.  Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, και Επίλυση  Προβλημάτων.  Ερωτήσεις ανάπτυξης.  Εξέταση μελέτης περίπτωσης.  Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος κατανόησης των  βασικών στοιχείων του μαθήματος.  Κριτήρια αξιολόγησης: Η ορθότητα, η πληρότητα, η  σαφήνεια και η κριτική αξιολόγηση των απαντήσεων.  Εργασία (30 %). Επιλογή ενός εκ των διδασκόντων πεδίων της Συμπεριφοράς Καταναλωτή.  Σκοπός αξιολόγησης: Ο έλεγχος των δεξιοτήτων που  ανέπτυξαν οι σπουδαστές σε εργαλεία και υπηρεσίες  που σχετίζονται με τη συμπεριφορά του  καταναλωτή και η ικανότητά τους να σχεδιάζουν και να  υλοποιούν ένα έργο.  Κριτήρια αξιολόγησης: o βαθμός ικανοποίησης των  παρακάτω : Ανάπτυξη των διαπραγματευτικών και ηγετικών ικανοτήτων, επίδειξη δημιουργικής σκέψης στην επίλυση των προβλημάτων, στοιχεία αμφίδρομης επικοινωνίας, κατάλληλη οργάνωση και διαχείριση του χρόνου και των προδιαγραφών που τέθηκαν, η γραπτή  έκθεση, το περιεχόμενο, ο σχεδιασμός και η  παρουσίαση αυτής.  Παρουσίαση Εργασίας (10 %).  Σκοπός αξιολόγησης: Η δημόσια παρουσίαση της  εργασίας σε κοινό  Κριτήρια αξιολόγησης: Η χρήση σύγχρονου λογισμικού  παρουσιάσεων, συμπεράσματα και θέσεις ομάδας σε ερευνητικά ερωτήματα, ορθό τόνο και σαφή ειρμό κατάλληλα για παρουσίαση, ετοιμότητα και πληρότητα απαντήσεων στις ερωτήσεις και τα σχόλια του κοινού. |

1. **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

|  |
| --- |
| *- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:*   * Solomon M., Συμπεριφορά Καταναλωτή, Εκδόσεις Tziola, 2018 * Μπάλτας Γ., Παπασταθοπούλου Π., Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αρχές‐ Στρατηγικές‐Εφαρμογές, Rosili, Αθήνα,2013. * Σιώμκος Γ., Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 2011   *- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:*   * Journal of Consumer Research. * Journal of Consumer Marketing – Emerald * International Marketing Review ‐ Emerald * International Journal of Consumer Studies – Wiley. * Journal of Consumer Behaviour – Wiley. * Journal of Consumer Psychology – Elsevier. |