

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

B.1.1 Τομέας δραστηριοτήτων

Οι κύριες δραστηριότητες του επαγγέλματος αυτού είναι οι εξής:

- ◆ Συντάσσει τις καταστάσεις παραγγελιών.
- ◆ Οργανώνει την εκτέλεση των παραγγελιών καθώς και των φορτώσεων και αποστολών κατά τέτοιο τρόπο που να αποφεύγονται τυχόν λάθη.
- ◆ Ελέγχει την ποιότητα και την σωστή συσκευασία των ειδών που παραλαμβάνει.
- ◆ Κωδικοποιεί τα είδη.
- ◆ Φροντίζει για την διεκπεραίωση των διαδικασιών των εισαγωγών των ειδών.
- ◆ Οργανώνει τους αποθηκευτικούς χώρους κατά τέτοιο τρόπο που να είναι εύκολη και γρήγορη η εισαγωγή και εξαγωγή των ειδών.
- ◆ Παρακολουθεί τις ημερομηνίες λήξης των ειδών και φροντίζει για την σωστή χρονολογική εξαγωγή τους.
- ◆ Φροντίζει για την συνεχή συμφωνία μεταξύ φυσικής και λογιστικής απογραφής.
- ◆ Τηρεί τα στατιστικά στοιχεία για την κυκλοφορία των ειδών και φροντίζει τα υπόλοιπα να είναι σε επίπεδο τέτοιο που να μην δεσμεύονται κεφάλαια σε αποθέματα ειδών, αλλά συγχρόνως να μην υπάρχουν ελλείψεις ποτέ.
- ◆ Καταχωρεί τα τιμολόγια αγορών και γενικά όλα τα παραστατικά που αφορούν τις αγορές.
- ◆ Ελέγχει τις τιμές των ειδών βάσει των συμφωνικών με τους προμηθευτές και φροντίζει για την αποκατάσταση τυχόν λαθών.
- ◆ Οργανώνει και επιβλέπει την επιστροφή των ακατάλληλων προϊόντων.
- ◆ Κρατά την αλληλογραφία και επικοινωνία με τους προμηθευτές όσον αφορά τις ποσοτικές και ποιοτικές διαφορές και φροντίζει να λύνονται όσον το δυνατόν πιο γρήγορα και αποτελεσματικά.
- ◆ Ερευνά την ύπαρξη τόσο νέων προμηθευτών καθώς και τυχόν υποκατάστατων ή συμπληρωματικών προϊόντων.
- ◆ Καταρτίζει οικονομικό προϋπολογισμό προγραμματισμένων αγορών για δεδομένο χρονικό διάστημα.
- ◆ Διεξάγει τις αναγκαίες διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές.
- ◆ Παρακολουθεί και ελέγχει τον τρόπο εκτέλεσης των παραγγελιών και την πιστή τήρηση των συμβολαίων.
- ◆ Αναλαμβάνει την non-paper επικοινωνία με τους προμηθευτές.

- ♦ Κάνει αξιολόγηση των προσφορών με κριτήρια τις τιμές, την αξιοπιστία των προμηθευτών, τους χρόνους παράδοσης παίρνοντας ταυτόχρονα υπόψη τις νομικές και οικονομικές υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές.
- ♦ Αποκτά ο καταρτιζόμενος τις γενικές, τις ειδικές γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτεί η ειδικότητα του αποθηκάριου υλικού όπως αυτή οριοθετείται στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

Π Ε Ρ Ι Γ Ρ Α Φ Η Ε Π Α Γ Γ Ε Λ Μ Α Τ Ο Σ

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ - ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ

Ο κάτοχος διπλώματος ΙΕΚ στην ειδικότητα «ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ» εργάζεται σε Διαφημιστικές Εταιρείες, σε Εταιρείες Έρευνας Αγοράς καθώς και σε Εταιρείες Δημοσκοπήσεων. Εκτελεί τις ακόλουθες κύριες επαγγελματικές δραστηριότητες υπο την καθοδήγηση και συνεργασία με τον υπεύθυνο (Δ/ντή, Προϊστάμενο της Εταιρείας) συλλογής, επεξεργασίας και ανάλυσης δεδομένων μετρήσεων της κοινής γνώμης σε διάφορα επιλεγμένα θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Γενική περιγραφή των κυριοτέρων επαγγελματικών δραστηριοτήτων / καθηκόντων

Σε συνεργασία με στελέχη της εταιρείας, και υπο την καθοδήγηση του υπεύθυνου του τομέα Έρευνας Αγοράς - Δημοσκοπήσεων, συλλέγει, επεξεργάζεται (ηλεκτρονικά), συντάσσει πίνακες των συλλεγόμενων δεδομένων από τα σχετικά ερωτηματολόγια που συμπληρώνει με τη συμμετοχή των ερωτώμενων πολιτών - καταναλωτών, ταξινομεί και αξιολογεί τα δεδομένα που προκύπτουν από την σχετική έρευνα αγοράς ή δημοσκόπηση σχετικά με επιλεγμένα θέματα κοινού ενδιαφέροντος και ανάλογα με τις απαιτήσεις των δραστηριοτήτων της συγκεκριμένης εταιρείας στην οποία εργάζεται. Συντάσσει την τελική έκθεση των αποτελεσμάτων της έρευνας και καταγράφει τα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτή.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

- Επιλογή θέματος προς έρευνα
- Καταγραφή του υλικού των ερωτήσεων
- Ταξινόμηση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου
- Σύνταξη ερωτηματολογίου
- Κωδικοποίηση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου
- Επιλέγει τον τρόπο και τόπο-χώρο προώθησης του ερωτηματολογίου
- Προωθεί, προς χρήση το ερωτηματολόγιο στον πολίτη-καταναλωτή
- Συλλέγει, επεξεργάζεται και ταξινομεί τα δεδομένα του ερωτηματολογίου
- Αξιολογεί τα αποτελέσματα της έρευνας
- Συντάσσει έκθεση με τα συμπεράσματα της ανάλυσης της έρευνας
- Προτείνει τρόπους αξιοποίησης των αποτελεσμάτων της έρευνας

ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

- Επικοινωνίας
- Μάρκετινγκ
- Management
- Ψυχολογίας
- Οργάνωσης εργασίας
- Επεξεργασίας δεδομένων ηλεκτρονικά
- Διαπροσωπικές σχέσεις
- Δημοσιογραφίας
- Reporting

ΩΡΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

**ΩΡΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ:
" ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ "**

Α/Α	ΜΑΘΗΜΑ	Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ			Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ			Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ			Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ		
		Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, ΙV	2		2	2		2	2		2	2	2	4
2	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT	3		3	3		3						
3	ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ	2		2	2		2						
4	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ							2		2	2		2
5	MARKETING Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, ΙV	3		3	3		3	3		3	3		3
6	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	3		3									
7	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	3		3	3		3	3		3			
8	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ	3		3	3		3	3	3	6	3	3	6
9	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ (REPORTING)				2		2	2		2		3	3
10	ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ							2		2		2	2
11	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	2		2	2		2	2		2		2	2
12	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ	2	2	4	2	3	5		3	3		3	3
13	ΑΓΓΛΙΚΑ	3		3	3		3	3		3	3		3
14	ΧΡΗΣΗ Η/Υ		2	2		2	2		2	2		2	2
ΣΥΝΟΛΟ		26	4	30	25	5	30	22	8	30	13	17	30

Το πρόγραμμα συντάχθηκε για απόφοιτους ΓΕΛ // Διάρκεια εξαμήνων : 14 εβδομάδες

Θ = ΜΑΘ. ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ, Ε = ΜΑΘ. ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΑ, Σ = ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ

* Στο Δ΄ Εξάμηνο Κατάρτισης οι καταρτιζόμενοι και στα πλαίσια των εργαστηριακών-μικτών μαθημάτων: **α) Μέθοδοι έρευνας αγοράς, β) Τεχνική της συνέντευξης, γ) Δημιουργία και αξιολόγηση δεδομένων ερωτηματολογίου**, επιλέγουν σε συνεργασία με τους εκπαιδευτές τους επίκαιρα θέματα προς έρευνα ή δημοσκόπηση, δημιουργούν τους αντίστοιχους τύπους ερωτηματολογίων προωθούν και συλλέγουν τα συμπληρωμένα από τους πολίτες-καταναλωτές ερωτηματολόγια. Στη συνέχεια μετά από την ηλεκτρονική επεξεργασία των δεδομένων των στοιχείων των ερωτηματολογίων, συντάσσουν πίνακες των αποτελεσμάτων και καταγράφουν τα συμπεράσματα της έρευνας. Οι εργασίες των καταρτιζομένων παραδίδονται, αξιολογούνται και βαθμολογούνται από τους εκπαιδευτές.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, ΙV.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 4 (2 ΘΕΩΡΙΑ + 2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος όλα τα στοιχεία που αφορούν τη μελέτη της Θεωρίας της Στατιστικής καθώς επίσης και τη επεξεργασία δεδομένων με χρήση των μεθόδων και τεχνικών της Στατιστικής Επιστήμης.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Στατιστική (Ορισμός, χρησιμότητα, πεδία εφαρμογής)

Προέλευση και ανάπτυξη της Στατιστικής

Εφαρμογές της Στατιστικής

Ο ρόλος της Στατιστικής στις Επιχειρήσεις

Περιορισμοί της Στατιστικής

Στατιστικός πληθυσμός

Εννοια της Στατιστικής μεταβλητής και οι διακρίσεις της

Συλλογή στατιστικών στοιχείων (Πηγές, μέθοδοι)

Η απογραφή (Μερική απογραφή, απογραφές πληθυσμού στην Ελλάδα)

Δειγματοληπτική μέθοδος

Η τεχνική των στατιστικών δειγματοληπτικών ερευνών

Μέθοδος διενέργειας της δειγματοληψίας

Εγγραφές στατιστικών στοιχείων

Επεξεργασία στατιστικών στοιχείων

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Στατιστικοί πίνακες

Γραφικές παραστάσεις

Είδη διαγραμμάτων, χαρτογραμμάτων, ειδογραμμάτων

Η πυραμίδα των ηλικιών του Ελληνικού πληθυσμού

Η καμπύλη του Lorenz

Ασυνεχείς και συνεχείς κατανομές συχνοτήτων

Ιστογράμματα συχνοτήτων

Αθροιστικές κατανομές συχνοτήτων

Μέτρα θέσεων-Γενικά

Μέσοι κεντρικοί τάσης

Μέσος αριθμητικός - Αστάθμητος, Σταθμικός αριθμητικός

Ιδιότητες του μέσου αριθμητικού

Μέσος γεωμετρικός - Αστάθμητος, Σταθμικός μέσος γεωμετρικός

Κυριότερες χρήσεις του μέσου γεωμετρικού

Μέσος αρμονικός - Αστάθμητος, Σταθμικός μέσος αρμονικός

Παράμετροι κεντρικής θέσης

Διάμεσος

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Πρώτο τεταρτημόριο
Τρίτο τεταρτημόριο
Δεκατημόρια - Εκατοστημόρια
Γραφικός προσδιορισμός της διαμέσου και των τεταρτημορίων
Επικρατούσα τιμή
Εφαρμογές
Εννοια της διασποράς
Μέτρα διασποράς
Το εύρος της μεταβολής
Μέση απόκλιση
Διακύμανση και τυπική απόκλιση
Υπολογισμός της διακύμανσης και της τυπικής απόκλισης
Συντελεστής μεταβλητικότητας
Διόρθωση της διακύμανσης κατά Sheppard
Μέση διαφορά Gini
Εφαρμογές

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Ασυμμετρία
Ροπές κατανομής συχνοτήτων
Ροπές περί την αρχή ($\chi=0$)
Ροπές περί το μέσο αριθμητικό
Κύρτωση
Παλινδρόμηση δύο μεταβλητών
Συναρτησιακή εξάρτηση
Στοχαστική ή στατιστική εξάρτηση
Μέθοδος των ελαχίστων τετραγώνων
Ευθεία ελαχίστων τετραγώνων (Γραμμική παλινδρόμηση)
Μέσο τετραγωνικό σφάλμα - Δείκτης προσδιορισμού
Καμπύλη ελαχίστων τετραγώνων β' βαθμού παραβολή
Εκθετική παλινδρόμηση
Πίνακες συχνοτήτων δύο μεταβλητών
Περιθωριακές κατανομές και χαρακτηριστικές τιμές
Δεσμευμένες κατανομές και χαρακτηριστικές τιμές
Συσχετισμένες μεταβλητές
Γραμμική μεταβολή
Συνδιακύμανση δύο μεταβλητών
Ιδιότητες της διακύμανσης
Συντελεστής συσχέτισης
Υπολογισμός του συντελεστή συσχέτισης
Υπολογισμός της διακύμανσης από πίνακα συχνοτήτων
Συντελεστής συσχέτισης του Spearman (συσχέτιση κατά τάξεις)
Συντελεστής συσχέτισης του Kendall
Ανεξάρτητες μεταβλητές
Συσχέτιση ποιοτικών μεταβλητών σε πίνακα διπλής εισόδου
Οι κυριότερες συνιστώσες μιας χρονολογικής σειράς
Μακρόχρονη τάση
Μεταβολές (Περιοδικές, Κυκλικές, Ακανόνιστες)
Μέθοδοι προσδιορισμού της μακρόχρονης τάσης
Μέθοδος των δύο μέσων σημείων

Εποχιακές κινήσεις
Μέθοδος των ποσοστών ως προς το μηνιαίο μέσο
Μέθοδος των ποσοστών ως προς την τάση
Απαλοιφή της εποχικότητας
Ιδιαίτεροι - Συνθετικοί αριθμοδείκτες
Σταθμικοί συνθετικοί αριθμοδείκτες
Τύποι τιμαρίθμων
Ιδανικός τύπος του Fisher
Δείκτης τιμών καταναλωτή ή δείκτης κόστους ζωής
Εφαρμογές

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT.

Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)

Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τα στοιχεία που αφορούν τις θεωρίες και μεθόδους Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Ανθρώπινου Δυναμικού καθώς και τις σχέσεις επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων μέσα στην επιχείρηση.

ΕΞΑΜΗΝΟ: Α΄

Εισαγωγή στο Management

Θεωρίες Management

Βασικές λειτουργίες Management

Προγραμματισμός-λήψη αποφάσεων

Εισαγωγή στην οργάνωση

Οργανωτική σχεδίαση/ανάπτυξη, ανάλυση, σχεδιασμός, αξιολόγηση θέσεων εργασίας, τμηματοποίηση, οργανόγραμμα, άτυπη ανάπτυξη

Ελεγχος και επανασχεδιασμός οργανωτικής δομής

Management Ολικής Ποιότητας

ΕΞΑΜΗΝΟ: Β΄

Διοίκηση προσωπικού

Εκπαίδευση προσωπικού

Εισαγωγή - Έννοια-ορισμοί αξιολόγησης προσωπικού

Διοίκηση Προσωπικού

Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού

Αξιοποίηση ικανοτήτων προσωπικού

Πρόγραμμα ανάπτυξης στελεχών

Μέθοδοι αξιολόγησης προσωπικού

Αξιολόγηση παραγόμενου έργου ανθρώπινου δυναμικού

Αξιολόγηση της προσωπικότητας ανθρώπινου δυναμικού

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ.

Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τα γενικά στοιχεία και τις θεωρίες που αφορούν την επιστήμη της Ψυχολογίας όπως αυτή παρουσιάζεται και εφαρμόζεται σε άτομα και ομάδες. Επίσης να γνωρίσει τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν ορισμένες τάξεις ανθρώπων ανάλογα με την ηλικία, την εργασία, τον τόπο κατοικίας και τον τρόπο ζωής.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Γνωστική ψυχολογία

Αντίληψη

Μάθηση

Μνήμη / λήθη

Νόηση

Γλώσσα

Ψυχολογία κινήτρων

Βασικά είδη

Ορμές και τάσεις

Συναισθήματα

Το πρόβλημα της ικανοποίησης των ορμών και αναγκών

Συγκρούσεις

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Το άτομο ως προσωπικότητα

Θεωρίες της προσωπικότητας

Το πρόβλημα της προσαρμογής

Μορφές προσαρμογής και αδυναμίας προσαρμογής

Το άτομο στην κοινωνία

Επικοινωνία

Τρόποι συμπεριφοράς

Στάσεις και αλλαγή στάσεων

Προκαταλήψεις-στερεότυπα

Διαταραχές της ανθρώπινης επικοινωνίας

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ.

Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τη σχέση και την αλληλεπίδραση ατόμου και κοινωνικής ομάδας έχει αντιληφθεί την αναγκαιότητα και χρησιμότητα της γνώσης και κατανόησης των κοινωνικών φαινομένων και καταστάσεων συνδέοντας συνεχώς τη θεωρία με την καθημερινή ζωή.

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Προσωπικότητα και πολιτισμός (άτομο και κοινωνία)

Ατομική καλλιέργεια-Συλλογικής κουλτούρα

Προσωπικότητα-Κοινωνική Συμπεριφορά

Συμπεριφορά-Κίνητρα και συναισθήματα

Κοινωνικοί θεσμοί (Έννοια, μορφή και μεταβολές των κοινωνικών θεσμών)

Οικογένεια - Συγγένεια και κοινωνία

Σχέσεις οικογένειας και κοινωνικών δομών

Κοινωνικοποίηση του ατόμου

Έννοια-Περιεχόμενο

Μηχανισμοί κοινωνικοποίησης

Φορείς κοινωνικοποίησης

Η κοινωνικοποίηση ως διαδικασία μάθησης

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Κοινωνικοί κανόνες

Χαρακτηριστικά

Μηχανισμοί εσωτερίκευσης

Προσαρμογή και απόκλιση

Ανομία

Κοινωνικός έλεγχος ως λειτουργία της κοινωνικοποίησης

Κοινωνικός - Θεσμικός - Ατομικός ρόλος

Σύγκρουση ρόλων

Κοινωνική θέση

Το άτομο ως φορέας κοινωνικής θέσης

Κοινωνικές θέσεις και κοινωνικές τάξεις

Κοινωνικές στάσεις. Δυναμική των στάσεων

Γενικά χαρακτηριστικά των στάσεων

Στερεότυπα. Ορισμός

Στερεότυπα και προκαταλήψεις

Νοοτροπίες

Κοινωνία και ηθικές αξίες

Ήθη, παραδόσεις

Λειτουργίες - Σύμβολα

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: MARKETING I, II, III, IV.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τις σχετικές θεωρίες που αφορούν το MARKETING συνολικά αλλά και ειδικά τις εφαρμογές του σε επιχειρήσεις, στην διαφήμιση, στον τρόπο προσέγγισης και προώθησης μηνυμάτων σε άτομα και ομάδες καταναλωτών.

ΕΞΑΜΗΝΟ: Α΄

Ορισμός του Μάρκετινγκ

Η σχέση Μάρκετινγκ με την παραγωγή

Κατηγορίες Μάρκετινγκ

Η συμβολή του Μάρκετινγκ στην οικονομική ανάπτυξη

Εννοια και ορισμός αγοράς

Ο καταναλωτισμός και το Μάρκετινγκ

ΕΞΑΜΗΝΟ: Β΄

Η ψυχολογία στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Ερευνα Αγοράς

Συμπεριφορά καταναλωτή

Ερευνα συμπεριφοράς καταναλωτή

Διαφήμιση

Κόστος διαφήμισης για την επιχείρηση

ΕΞΑΜΗΝΟ: Γ΄

Διαφήμιση και καταναλωτής

Το διαφημιστικό μήνυμα

Ανάλυση επιχειρηματικών αγορών και της αγοραστικής συμπεριφοράς των επιχειρήσεων

Ανάλυση επιχειρηματικών κλάδων (αγορών) και ανάλυση του ανταγωνισμού

Μέτρηση και πρόβλεψη της ζήτησης

Διαχείριση υπηρεσιών

Στρατηγική και πρόγραμμα τιμολόγησης

ΕΞΑΜΗΝΟ: Δ΄

Σχεδιασμός στρατηγικής επικοινωνίας και προώθησης

Σχεδιασμός Διαφημιστικού Προγράμματος

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

Μίγμα Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

Διαδικασία Οργάνωσης Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

Έρευνα Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τα γενικά στοιχεία και θεωρίες που αφορούν τους τρόπους και μεθόδους της Επιστήμης της Επικοινωνίας μεταξύ ατόμων αλλά και ομάδων καθώς και την εφαρμογή της στην καθημερινή σχέση μεταξύ ατόμων και ομάδων.

ΕΞΑΜΗΝΟ: Α΄

Ορισμός της επικοινωνίας

Είδη επικοινωνίας

Εννοια και μέσα επικοινωνίας

Ελλειψη επικοινωνίας και οι συνέπειες της

Οι διαδικασίες της επικοινωνίας (πομπός, μήνυμα, δέκτης)

Θεωρίες επικοινωνίας

Μοντέλα επικοινωνίας

Κώδικες (είδη, λεκτική και εξωλεκτική επικοινωνία)

Η έννοια των ανθρώπινων σχέσεων

Σημασιοδότηση (σύμβολα, καταδήλωση)

Σημειωτικές μέθοδοι

Εμπειρικές μέθοδοι

Ιδεολογία και νοήματα

Ηθικές αρχές-περιορισμοί

Προβληματικές συμπεριφορές

Εμπιστοσύνη-δημιουργικές σχέσεις μεταξύ των μελών

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τα γενικά και ειδικά στοιχεία που αφορούν τη συμπεριφορά του πολίτη και της ομάδας σαν καταναλωτές προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς επίσης τις στάσεις και συμπεριφορές τους απέναντι στα καταναλωτικά ερεθίσματα.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Ορισμός του όρου

Ανάπτυξη, εξέλιξη και εφαρμογές στο Μάρκετινγκ

Τμηματοποίηση της αγοράς και έρευνα καταναλωτών

Είδη τμηματοποίησης

Καταναλωτικές ανάγκες και κίνητρα

Είδη κινήτρων

Συστήματα κινήτρων και αναγκών

Μέτρηση των κινήτρων

Η έννοια και η φύση της Προσωπικότητας

Θεωρίες της Προσωπικότητας

Προσωπικότητα και τμηματοποίηση της αγοράς

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Ψυχογραφικά στοιχεία καταναλωτών

Ψυχογραφική ανάλυση και εφαρμογές στο Μάρκετινγκ

Η αντίληψη του καταναλωτή (Consumer Perception). Ορισμός

Δυναμική της αντίληψης

Στάσεις των καταναλωτών. Ορισμός, δομικά μοντέλα

Η μέτρηση της στάσης

Δημιουργία και αλλαγή στάσεων

Επικοινωνία και καταναλωτική συμπεριφορά

Τύποι επικοινωνίας(Το ακροατήριο, Η πηγή, Το μέσο, Το μήνυμα)

Η δυναμική των ομάδων

Ομάδες αναφοράς των καταναλωτών

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Κοινωνικές τάξεις. Έννοια-Μέτρηση της κοινωνικής τάξης

Τρόπος ζωής των κοινωνικών τάξεων (LIFESTYLES)

Επιδράσεις της κοινωνικής τάξης στην καταναλωτική συμπεριφορά

Η επίδραση της κουλτούρας στην καταναλωτική συμπεριφορά

Έννοια και χαρακτηριστικά της κουλτούρας

Ηγήτορες γνώμης (Opinion Leaders)

Η δυναμική διαμόρφωσης γνώμης

Κίνητρα των ηγητόρων γνώμης και επίδραση στην στρατηγική προώθησης

Διαδικασία λήψης απόφασης του καταναλωτή

Τύποι καταναλωτών και μοντέλα λήψης απόφασης

Εφαρμογές

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΘΕΩΡΙΑ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 6 (3 ΘΕΩΡΙΑ + 3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 6 (3 ΘΕΩΡΙΑ + 3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στην έρευνα αγοράς σε συνδυασμό με τη γνώση θεωριών προσωπικότητας, στάσεων, συμπεριφορών, χαρακτηριστικών των ατόμων και ομάδων καταναλωτών, καθώς επίσης την επεξεργασία και εφαρμογή των θεωριών του Μάρκετινγκ και της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή στην εφαρμογή των μεθόδων έρευνας αγοράς.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Ορισμός και έννοια της Έρευνας Αγοράς

Ο ρόλος της έρευνας αγοράς στο Μάρκετινγκ και την διαφήμιση

Πηγές και είδη πληροφοριών

Η επιστημονική εφαρμογή της έρευνας αγοράς

Μέθοδοι συλλογής πληροφοριών

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Είδη ερευνών

Ποιοτικές έρευνες. Τεχνικές

Ποσοτικές έρευνες. Τεχνικές

Έρευνες δοκιμής προϊόντος

Δειγματοληψία

Διεξαγωγή των συνεντεύξεων

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Έλεγχος και εισαγωγή στοιχείων στον Η/Υ

Μέθοδοι επεξεργασίας στοιχείων μέσω Η/Υ

Εκθεση των αποτελεσμάτων

Η διαφημιστική έρευνα

Η έρευνα test Marketing

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Φορείς διεξαγωγής της έρευνας αγοράς - Εταιρείες Έρευνών

Ελληνικές και διεθνείς επαγγελματικές ενώσεις έρευνας αγοράς

Κώδικας δεοντολογίας για την έρευνα αγοράς

Εφαρμογές

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ (REPORTING).

Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τα γενικά στοιχεία που αφορούν την επιστήμη της Δημοσιογραφίας και ειδικά τις δημοσιογραφικές μεθόδους που εφαρμόζονται στο ρεπορτάζ της ερευνητικής δημοσιογραφίας, που αναφέρεται σε μέτρηση γνώμης, στάσης και συμπεριφορών του καταναλωτικού κοινού (ατόμων και ομάδων).

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Η αποστολή του δημοσιογράφου και
Η θέση του δημοσιογράφου μεταξύ κοινής γνώμης και πηγών ειδήσεων
Αναφορά σε μεγάλες μορφές της δημοσιογραφίας
Πρότυπα δημοσιογραφίας
Η δύναμη της δημοσιογραφίας και οι κάτοχοί της
Η είδηση ως κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό αγαθό
Τα προσόντα του δημοσιογράφου
Διάκριση ανάμεσα στο γεγονός και το φαινόμενο
Ο δημοσιογράφος και το απόρρητο

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Reportage off the record
Τα μέσα, οι επινοήσεις και οι τεχνικές του ρεπόρτερ
Το προσωπικό αρχείο και η σημασία του
Η «προσφερόμενη δημοσιογραφία» εκ μέρους των πηγών
Η δημοσιογραφία της έρευνας
Η ανάγκη για έρευνα
Υπέρβαση των θεμιτών ορίων

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Ελεύθερο ρεπορτάζ
Μελέτη συγκεκριμένων δημοσιογραφικών ερευνών και αποκαλύψεων
Ο ρεπόρτερ ως ειδικός ερευνητής
Εφαρμογές

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΤΕΧΝΙΚΟΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.

Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)

Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Στόχοι του Μαθήματος

Να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τις μεθόδους και τεχνικές της συνέντευξης που εφαρμόζεται στην έρευνα αγοράς και στην δημοσκοπήση. Να γνωρίσει τους τρόπους προσέγγισης και χειρισμού του λόγου και του τρόπου υποβολής των ερωτήσεων προς τους ερωτώμενους για την επιτυχία της απόκρισης.

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Οι κανόνες της συνέντευξης

Οι διαφορές μεταξύ Εντύπου και ραδιοτηλεόρασης

Η συνέντευξη-μαρτυρία (μέθοδοι επαλήθευσης)

Είδη συνέντευξης

Η συνέντευξη του ειδικού

Η συνέντευξη-πορτραίτο

Η επιλογή του συνεντευξιαζόμενου

Η επιλογή του φωτογραφικού ή ηχητικού ή τηλεοπτικού υλικού

Τρόποι ερωτήσεων και προετοιμασία ερωτήσεων

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Προετοιμασία της συνέντευξης

Ο ρόλος της σκηνοθεσίας

Οριοθετήσεις για τον δημοσιογράφο

Οριοθετήσεις για τον συνεντευξιαζόμενο

Η ηθική δεοντολογία της συνέντευξης

Ατυπες συνεντεύξεις. Σχεδιασμός

Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα άτυπων συνεντεύξεων

Τα καθήκοντα του συνεντευκτή

Διεξαγωγή της συνέντευξης

Ψυχομετρικά τεστ

Ομαδικές συνεντεύξεις

Συνεντεύξεις αξιολόγησης (στόχος, προετοιμασία)

Ερευνητικές συνεντεύξεις

Ανάλυση πληροφοριών από τις ερευνητικές συνεντεύξεις

Η παρουσίαση των ευρημάτων

Υπολογισμός του ποσοστού απόκρισης

Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα ομαδικών συνεντεύξεων

Προετοιμασία ερωτήσεων συνέντευξης

Οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις. Παρουσίαση ευρημάτων

Συνεντεύξεις με παιδιά. Χαρακτηριστικά-Προβλήματα

Τρόποι μεταφοράς του μηνύματος

Κανόνες συνέντευξης

Ο ρεπόρτερ ως ειδικός ερευνητής

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΘΕΩΡΙΑ)****Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να αποκτήσει ο καταρτιζόμενος την ικανότητα σχεδιασμού ερωτηματολογίου που θα αποτελείται από το πλήθος των ερωτήσεων που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας. Επίσης, να αποκτήσει όλες εκείνες τις γνώσεις που θα δίνουν τη δυνατότητα αξιολόγησης των αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων του ερωτηματολογίου. Τέλος να είναι ικανός να συντάξει τη σχετική έκθεση αποτελεσμάτων - συμπερασμάτων που θα προκύψουν από την αξιολόγηση των δεδομένων του ερωτηματολογίου.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Χαρακτηριστικά ερωτηματολογίου

Προβλήματα κατά το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου

Διαδοχικά βήματα σύνταξης του ερωτηματολογίου

Το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Τύποι ερωτήσεων

Σχεδιασμός των ερωτήσεων

Διαμόρφωση των ερωτήσεων

Ταξινόμηση των ερωτήσεων μέσα στο ερωτηματολόγιο

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Προέλεγχος του ερωτηματολογίου

Εξέταση των αποτελεσμάτων του προελέγχου και αναμόρφωση του ερωτηματολογίου

Παρουσίαση του ερωτηματολογίου

Περί κλιμάκων. Είδη κλιμάκων

Οδηγίες προς τον ερευνητή. Εφαρμογές

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Χρήση απλών τεχνικών πινακοποίησης

Υπολογισμός Στατιστικών περιγραφικών μέτρων

Συχνότητες, Ποσοστά, Μέτρα κεντρικής τάσης

Υπολογισμός Μέτρων διασποράς ή διακύμανσης

Τάξη και τυπική απόκλιση

Διαστήματα εμπιστοσύνης

Έλεγχος υποθέσεων

Έλεγχος σημαντικότητας της διαφοράς. Έλεγχος Χ² και Ανάλυση διακύμανσης

Διασταυρωμένη πινακοποίηση
Μέθοδοι ερμηνείας των διαφορών
Cross-tabulation
Ανάλυση συσχέτισης και ανάλυση παλινδρόμησης
Σύνταξη και παρουσίαση της έκθεσης
Είδη Εκθέσεων. Αρχές που διέπουν τη σύνταξη της έκθεσης
Περιεχόμενα της έκθεσης
Παρουσίαση της έκθεσης.

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :**ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ****ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ****ΜΑΘΗΜΑ: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ.****Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 4 (2 ΘΕΩΡΙΑ + 2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 5 (2 ΘΕΩΡΙΑ + 3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 3 (3 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)****Στόχοι του Μαθήματος**

Να αποκτήσει ο καταρτιζόμενος την γνώση των στοιχείων που αφορούν την Ηλεκτρονική επεξεργασία δεδομένων μέσω Η/Υ, και συγκεκριμένα να αποκτήσει την ικανότητα επεξεργασίας και ανάλυσης δεδομένων στατιστικών στοιχείων έρευνας. Να συντάσσει πίνακες αποτελεσμάτων επεξεργασίας στατιστικών στοιχείων έρευνας καθώς και να ερμηνεύει τα αποτελέσματα της στατιστικής ηλεκτρονικής ανάλυσης των δεδομένων.

ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

Προετοιμασία των στοιχείων για ανάλυση

Αρίθμηση και έλεγχος των ερωτηματολογίων

Πινακοποίηση των στοιχείων:

- Διαλογή
- Ταξινόμηση
- Κωδικοποίηση

ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

Βασικές έννοιες της στατιστικής

Περί Μεταβλητών

Εισαγωγή στο SPSS for Windows

Προετοιμασία στατιστικών δεδομένων

Προσδιορισμός στατιστικών δεδομένων στο SPSS for Windows

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

Εισαγωγή δεδομένων

Εντολές μετασχηματισμού δεδομένων στο SPSS for Windows

Εντολές επιλογής περιπτώσεων στο SPSS for Windows

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

Επεξεργασία δεδομένων

Περιγραφική στατιστική με το SPSS for Windows

Διαδικασίες Frequencies και Descriptives

Γραφικές παραστάσεις

Έλεγχος ανεξαρτησίας και ομοιογένειας

Έλεγχος Χ²

Ανάλυση συσχέτισης

Ανάλυση διακύμανσης

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ :

ΤΟΜΕΑΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ: ΧΡΗΣΗ Η/Υ.

Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

Δ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ 2 (2 ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ)

ΕΞΑΜΗΝΟ Α!

Θα διδαχθεί η ύλη που περιγράφεται στο αναλυτικό πρόγραμμα του μαθήματος Χρήση Η/Υ για όλες τις ειδικότητες.

ΕΞΑΜΗΝΟ Β!

Θα διδαχθεί η ύλη που περιγράφεται στο αναλυτικό πρόγραμμα του μαθήματος Χρήση Η/Υ για όλες τις ειδικότητες.

ΕΞΑΜΗΝΟ Γ!

.Λογιστικά φύλλα.

Δίκτυα Novel 3.1

ΕΞΑΜΗΝΟ Δ!

Βάσεις δεδομένων σε περιβάλλον windows.

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ:

" ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΜΕ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ SPSS ΣΕ WINDOWS

ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ

Μαθήματα:

- ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ: Πτυχιούχοι Σχολών Στατιστικής ΑΕΙ, Μαθηματικού με εξειδίκευση στη Στατιστική, Πτυχιούχοι ΑΕΙ με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό στη Στατιστική.
- ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT: Πτυχιούχοι ΑΕΙ - ΤΕΙ Σχολών Διοίκησης Επιχειρήσεων, Διοίκησης Οικονομίας, Marketing, με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό στο MANAGEMENT ή στο Marketing.
- ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ: Πτυχιούχοι ΑΕΙ Τμημάτων Ψυχολογίας.
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ: Πτυχιούχοι ΑΕΙ Τμημάτων Ψυχολογίας, Κοινωνιολογίας με εξειδίκευση στην Κοινωνική Ψυχολογία Μεταπτυχιακού τίτλου ή Διδακτορικού.
- MARKETING: Πτυχιούχοι Σχολών ΑΕΙ - ΤΕΙ Διοίκησης Επιχειρήσεων, Διοίκησης-Οικονομίας, Εμπορίας Διαφήμισης (Marketing), Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού τίτλου.
- ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ: Πτυχιούχοι Σχολών Διαφήμισης, Marketing, στελέχη Εταιρειών-Επιχειρήσεων Ερευνας Αγοράς.
- ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: Πτυχιούχοι Σχολών Δημοσιογραφίας.
- ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ: Πτυχιούχοι Σχολών ΑΕΙ Πληροφορικής με εξειδίκευση σε Στατιστικά Πακέτα Λογισμικών Επεξεργασίας Δεδομένων (SPSS).
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ: Πτυχιούχοι Σχολών ΑΕΙ Κοινωνιολογίας, Επικοινωνίας, στελέχη Εταιρειών Ερευνας Αγοράς & Δημοσκοπήσεων.
- ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Πτυχιούχοι Σχολών ΑΕΙ - ΤΕΙ, Επικοινωνίας, MARKETING, Μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου σε θέματα MANAGEMENT, MARKETING, Επικοινωνίας.
- ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ: Πτυχιούχοι ΤΕΙ Σχολών Διοίκησης-Οικονομίας Τμήματος Εμπορίας-Διαφήμισης (Marketing).
- ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ (REPORTING): Πτυχιούχοι Σχολών Δημοσιογραφίας με εξειδίκευση στο Ρεπορτάζ, Δημοσιογραφία Ερευνας Αγοράς και Δημοσκοπήσεων.
- ΑΓΓΛΙΚΑ: Πτυχιούχοι Αγγλικής Φιλολογίας, με εξειδίκευση στην ορολογία των επιχειρήσεων, Ερευνας Αγοράς & Δημοσκοπήσεων.
- ΧΡΗΣΗ Η/Υ: Πτυχιούχοι ΑΕΙ-ΤΕΙ Πληροφορικής.