

Τίτλος Μαθήματος	Συμπεριφορά Καταναλωτή				
Κωδικός Μαθήματος	MRD230				
Τύπος μαθήματος	Επιλογής				
Επίπεδο	Πτυχίο (1 ^{ος} Κύκλος)				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	2 ^ο Έτος/ 4 ^ο Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Θα ανακοινωθεί				
ECTS	6	Διαλέξεις / εβδομάδα	Μέχρι και 6 τηλεσυναυτήσεις	Εργαστήρια / εβδομάδα	Κανένα
Στόχος Μαθήματος	Να παρουσιαστούν ολοκληρωμένα οι αρχές και οι κανόνες που διέπουν την μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Δίνεται έμφαση στην σχετική ψυχολογική και κοινωνική θεωρία όπως αυτή αντικατοπτρίζεται στην φιλοσοφία του μάρκετινγκ.				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι διδασκόμενοι αναμένεται να είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμόσουν τις θεωρητικές βάσεις της μελέτης της συμπεριφοράς του καταναλωτή σε διάφορες εμπορικές περιστάσεις. • Επεξηγήσουν και να αναλύσουν το μάρκετινγκ από ψυχοκοινωνική σκοπιά. • Εντοπίσουν τη βέλτιστη εφαρμογή για το κάθε στάδιο στην διαδικασία πωλήσεων. • Επιδείξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για ανάληψη σχετιζομένων εργασιών. • Εξηγήσουν την ιδιομορφία και τις προκλήσεις του χώρου. 				
Προαπαιτούμενα	MRD100	Συναπαιτούμενα	Κανένα		
Περιεχόμενο Μαθήματος	<p>Εισαγωγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών: η έννοια του μάρκετινγκ και οι επιπτώσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών.</p> <p>Λήψη αποφάσεων: τύποι λήψης αποφάσεων. διέγερση των αναγκών. επεξεργασία πληροφοριών των καταναλωτών · αξιολόγηση της μάρκας. αγορά και αξιολόγηση μετά την αγορά.</p>				

συνήθεια, μάθηση και λήψη αποφάσεων. αναζήτηση πληροφοριών · οι λειτουργίες της συνήθειας? μάθηση των καταναλωτών.

Η εμπιστοσύνη των εμπορικών σημάτων: οι συμπεριφορικές και γνωστικές προσεγγίσεις. την εμπιστοσύνη στο σήμα και τη συμμετοχή του προϊόντος.

Αντιλήψεις καταναλωτών και επεξεργασία πληροφοριών: επιλεκτική αντίληψη. αντιληπτική οργάνωση. ένα μοντέλο επεξεργασίας πληροφοριών · τα ερεθίσματα μάρκετινγκ και τις αντιλήψεις των καταναλωτών · διακρίσεις ερεθισμού και γενίκευση ερεθισμάτων · ατομικές διαφορές στην αντίληψη διέγερσης.

Αντιλήψεις καταναλωτών και στρατηγική μάρκετινγκ: καταπολέμηση της επιλεκτικής αντίληψης και προσαρμογής. στρατηγική διοργάνωσης και στρατηγικής μάρκετινγκ · αντιληπτό κίνδυνο κατά τη διαδικασία αγοράς.

Στάσεις και ανάγκες των καταναλωτών: η φύση των στάσεων και των αναγκών. στάσεις και ανάγκες στην ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ. λειτουργίες στάσεων · ανάπτυξη στάσεων; στοιχεία συμπεριφοράς; σχέση στάσεις με τη συμπεριφορά.

Στρατηγικές αλλαγής στάσης: στάσεις και ανάγκες στις στρατηγικές προσαρμογής. αλλαγή στάσεων και αναγκών.

Επιρροές της ομάδας αναφοράς: τύποι ομάδων αναφοράς. τη φύση των ομάδων αναφοράς · επιρροής της ομάδας αναφοράς στον καταναλωτή.

Κίνητρο: Επιπτώσεις στην κατανάλωση. τη φύση των αναγκών · Συστήματα Σίγκμουντ Φρόυντ. σχεδιασμός εργασίας και κίνητρο · επαγγελματικά χαρακτηριστικά που έχουν κινητικές ιδιότητες.

Μνήμη: κωδικοποίηση για μεταγενέστερη ανάκτηση. συστήματα μνήμης · Ανάκτηση πληροφοριών για αποφάσεις αγοράς. μνήμη για ερεθίσματα μάρκετινγκ.

Συμπεριφορά Προσωπικότητας και Καταναλωτή: θεωρία Φρόυντ; μετά Φρόυντικες θεωρίες; τρόποι ζωής; ψυχογραφικά

	<p>Ταυτότητα: Αγοράζοντας και έχοντας. ιστορικές εξελίξεις · αυτοεκτίμηση; πραγματικό και ιδανικό εαυτό? απώλεια εαυτού.</p> <p>Ταυτότητα και Εαυτός: Φύλο και ταυτότητα.η εικόνα του σώματος και την κατανάλωση · ιδανικά για την εικόνα του σώματος με την πάροδο του χρόνου. πώς δουλεύουμε στο σώμα.</p> <p>Πρόσφατες εξελίξεις και σύγχρονα ζητήματα που σχετίζονται με το αντικείμενο του μαθήματος.</p>						
Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Εξ' αποστάσεως εκπαίδευση						
Βιβλιογραφία	<p>Solomon, M.: CONSUMER BEHAVIOR: Buying having & Being, Prentice Hall</p> <p>Chisnall, P.: CONSUMER BEHAVIOR, McGraw Hill</p> <p>William Ansel, Bruce Newman,J. Sheth, B. Mittal: CUSTOMER BEHAVIOUR – Consumer Behavior and Beyond. Hasrcourt Brace College</p> <p>Chisnall, P.: "CONSUMER BEHAVIOUR", latest edition</p> <p>Assael, H. : CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING ACTION, Kent</p> <p>Schiffman/Kanuk : CONSUMER BEHAVIOR, Prentice Hall</p> <p>Schiffman/Kanuk: CONSUMER BEHAVIOR, Latest Edition</p>						
Αξιολόγηση	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="602 1325 1045 1440">Τελική Εξέταση</td> <td data-bbox="1045 1325 1284 1360" style="border: 1px solid black; text-align: center;">50%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="602 1360 1045 1396">Εργασίες/Συνεχιζόμενες</td> <td data-bbox="1045 1360 1284 1396" style="border: 1px solid black; text-align: center;">50%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="602 1396 1045 1440">Δραστηριότητες Αξιολόγησης</td> <td data-bbox="1045 1396 1284 1440" style="border: 1px solid black; text-align: center;">100%</td> </tr> </table>	Τελική Εξέταση	50%	Εργασίες/Συνεχιζόμενες	50%	Δραστηριότητες Αξιολόγησης	100%
Τελική Εξέταση	50%						
Εργασίες/Συνεχιζόμενες	50%						
Δραστηριότητες Αξιολόγησης	100%						
Γλώσσα	Ελληνική						