ΟΕΒ319 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	**ΟΕΒ319**	**ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**	5
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**
Διαλέξεις	3	7,5

ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ *Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων*	Επιστημονικής Περιοχής
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.uowm.gr/courses/ECON135/

2. 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 Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης*
- *Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης*

και Παράρτημα Β

- *Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων*

Το μάθημα αυτό αποτελεί μάθημα εξειδίκευσης στις έννοιες και τις εφαρμογές της συμπεριφοράς καταναλωτή.

Η ύλη του μαθήματος στοχεύει στην εισαγωγή των σπουδαστών στις βασικές έννοιες της συμπεριφοράς καταναλωτή, και την κατανόηση της σημασίας της ουσιαστικής κατανόησης των αναγκών και των κινήτρων των καταναλωτών για κάθε επιχείρηση. Επίσης αναφέρεται σε υποδείγματα που εξηγούν πώς οι καταναλωτές λαμβάνουν αποφάσεις, μέσω της εξέτασης εσωτερικών επιρροών όπως τα κίνητρα, η προσωπικότητα, η εικόνα για τον εαυτό μας, ο τρόπος ζωής, η αντίληψη και οι συμπεριφορές και εξωτερικών επιρροών όπως ο πολιτισμός, η κοινωνική τάξη, οι ομάδες αναφοράς και η οικογένεια. Με αυτή την έννοια το μάθημα αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία θα κατανοήσει κανείς πώς η συμπεριφορά καταναλωτή μπορεί να έχει στρατηγικές επιπτώσεις στις αποφάσεις μάρκετινγκ των καταναλωτών.

Τέλος, στόχο του μαθήματος αποτελεί η κατανόηση από τους σπουδαστές γιατί η κατανόηση του πως καταναλώνουμε είναι ακόμη πιο σημαντική σήμερα, με τους καταναλωτές να έχουν μεγαλύτερη εξουσία, απαιτώντας συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και τρόπους επικοινωνίας από τις επωνυμίες.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι φοιτητές/τριες θα:

- Διαθέτουν ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις της συμπεριφοράς καταναλωτή
- Διαθέτουν επίγνωση των ορίων των γνώσεών τους
- Κατέχουν ένα ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα συμπεριφοράς καταναλωτή
- Είναι σε θέση να αποδώσουν σε άσκηση διαχείρισης και επίβλεψης στο πλαίσιο δραστηριοτήτων εργασίας ή σπουδής όπου συμβαίνουν απρόβλεπτες αλλαγές
- Επιδεικνύουν ικανότητα αξιολόγησης και ανάπτυξης της προσωπικής απόδοσης και της απόδοσης άλλων ατόμων

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

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις,
- Λήψη αποφάσεων,
- Αυτόνομη Εργασία
- Ομαδική Εργασία,
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα,
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Εισαγωγή στον κόσμο του καταναλωτή & Διαδικασία λήψης αποφάσεων καταναλωτή
- Αντίληψη καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ
- Ανάμειξη, μάθηση & προσήλωση καταναλωτή,
- Σχηματισμός, μέτρηση & αλλαγή στάσεων
- Δημογραφικά χαρακτηριστικά καταναλωτή, Αξίες και Τρόποι Ζωής καταναλωτή (ψυχογραφικά χαρακτηριστικά), Τμηματοποίηση αγοράς & τοποθέτηση προϊόντος
- Πολιτισμικές-διαπολιτισμικές επιδράσεις & επιδράσεις των κοινωνικών τάξεων
- Επιδράσεις ομάδων & ομάδες αναφοράς, Οικογένεια & νοικοκυριά: αγοραστικές επιδράσεις & λήψη αποφάσεων, Επιδράσεις καθοδηγητών γνώμης

- Επιδράσεις περίστασης στους καταναλωτές, Επιλογή καταστήματος & αγοραστική συμπεριφορά - Διαδικασίες μετά την αγορά, ικανοποίηση & διατήρηση πελάτη

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ *Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.*	Επεξεργασία μελετών περίπτωσης που αφορούν χαρακτηριστικά παραδείγματα τα οποία αντλούνται μέσα από την ελληνική και τη διεθνή πραγματική οικονομία. Ανάπτυξη βασικών δραστηριοτήτων έρευνας στο πλαίσιο εκπόνησης εργασιών.
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ *Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές*	Χρήση ΤΠΕ στην Διδασκαλία Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class
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 ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS*	

Δραστηριότητα	***Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου***
Διαλέξεις	39
Ασκήσεις Πράξης που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης σε μικρότερες ομάδες φοιτητών	39
Ατομική Εργασία σε μελέτη περίπτωσης.	26
Εκπαιδευτική εκδρομή / Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	13
Αυτοτελής Μελέτη	73.5
Σύνολο Μαθήματος	**187,5**

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.*	I. Γραπτή τελική εξέταση (60%) που περιλαμβάνει: - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής - Αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας II. Παρουσίαση Ατομικής Εργασίας (7,5%) III. Αξιολόγηση Εργασίας (32,5%)

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

-Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Βιβλία

Συμπεριφορά Καταναλωτή 5η έκδοση, Σιώμκος Ι. Γεώργιος, Εκδόσεις. Broken (2018)

Συμπεριφορά Καταναλωτή, Γεώργιος Μπάλτας και Πολίνα Παπασταθοπούλου, Εκδόσεις Rosili (2021)

Συμπεριφορά Καταναλωτή, 11η Έκδοση Βελτιωμένη, Solomon M., Χριστίνα Μπουτσούκη (επιμέλεια), Εκδόσεις Τζιόλα (2018)

Psychology and Marketing

European Journal of Marketing
Journal of Business Research
Advances of Consumer Research
Journal of Marketing Management