

ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: Εφαρμογή Πολυμεταβλητών στατιστικών μεθόδων στην έρευνα αγοράς και στην έρευνα Μάρκετινγκ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ: Φλώρα Κοκκινάκη, Επίκουρη Καθηγήτρια, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ:

Στόχος του μαθήματος είναι η εξοικείωση των καταρτιζόμενων με συγκεκριμένες διαδικασίες στατιστικής ανάλυσης δεδομένων που βρίσκουν μεγάλη εφαρμογή στην έρευνα αγοράς και την έρευνα μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, το μάθημα εστιάζει στην ανάλυση παραγόντων (factor analysis), την ανάλυση ομαδοποίησης (cluster analysis) και την ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance, ANOVA). Το μάθημα ακολουθεί μια βήμα-βήμα διαδικασία ανάπτυξης της μεθόδου και εφαρμογής της μέσω του προγράμματος IBM SPSS με χρήση συγκεκριμένων εφαρμογών και δεδομένων.

▪ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι καταρτιζόμενοι θα πρέπει να είναι σε θέση να: (α) επιλέξουν την κατάλληλη μέθοδο στατιστικής ανάλυσης, ανάλογα με το είδος των δεδομένων και το είδος του ερευνητικού προβλήματος, (β) να εφαρμόσουν τη μέθοδο και να κατανοήσουν τα αποτελέσματα της (γ) να αξιοποιήσουν τα αποτελέσματα και να συνάγουν τα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτά.

▪ ΣΕ ΠΟΙΟΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ:

Το μάθημα απευθύνεται σε ερευνητές, μεταπτυχιακούς φοιτητές, και υποψηφίους διδάκτορες σε γνωστικά αντικείμενα συναφή με τη διοίκηση επιχειρήσεων, το μάρκετινγκ, την επικοινωνία, τη διαφήμιση και τη συμπεριφορά καταναλωτή. Απευθύνεται επίσης σε επιχειρηματίες, μάνατζερ και στελέχη μάρκετινγκ που επιθυμούν να κατανοήσουν και να χρησιμοποιήσουν αυτές τις μεθόδους στατιστικής ανάλυσης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1. : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ

- 1.1. Κλίμακες μέτρησης
- 1.2. Αξιοπιστία και εγκυρότητα μετρήσεων
- 1.3. Περιγραφικοί στατιστικοί δείκτες
- 1.4. Δείκτες συσχέτισης
- 1.5. Πίνακες συσχετίσεων

ΕΝΟΤΗΤΑ 2. : ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

- 2.1. Περιγραφή της ανάλυσης παραγόντων (Factor Analysis) και των εφαρμογών της
- 2.2. Βήμα-βήμα εκτέλεση της ανάλυσης παραγόντων στο IBM SPSS με συγκεκριμένες εφαρμογές στο Μάρκετινγκ και στην έρευνα αγοράς
- 2.3. Ερμηνεία αποτελεσμάτων και αξιοποίηση στη λήψη αποφάσεων στις επιχειρήσεις και στους Οργανισμούς

ΕΝΟΤΗΤΑ 3. : ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΣΗΣ

- 3.1. Περιγραφή της ανάλυσης ομαδοποίησης (Clustering) και των εφαρμογών της
- 3.2. Βήμα-βήμα εκτέλεση της ανάλυσης ομαδοποίησης στο IBM SPSS με συγκεκριμένες εφαρμογές στο Μάρκετινγκ και στην Έρευνα Αγοράς
- 3.3. Ερμηνεία αποτελεσμάτων και αξιοποίηση στη λήψη αποφάσεων στις επιχειρήσεις και στους Οργανισμούς

ΕΝΟΤΗΤΑ 4. : ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ

- 4.1. Περιγραφή της ανάλυσης Διακυμάνσεως (ANOVA) και των εφαρμογών της
- 4.2. Βήμα-βήμα εκτέλεση της ανάλυσης Διακυμάνσεως στο IBM SPSS με συγκεκριμένες εφαρμογές στο Μάρκετινγκ και στην Έρευνα Αγοράς
- 4.3. Ερμηνεία αποτελεσμάτων και αξιοποίηση στη λήψη αποφάσεων στις επιχειρήσεις και στους Οργανισμούς