

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	DIM –  2A3	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	B ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> 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	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Δ: διαλέξεις, Φ: φροντιστήριο, Ε: εργαστηριακές ασκήσεις	3 (Δ)	7,5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	-		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ή/και ΑΓΓΛΙΚΑ, εφόσον ζητηθεί.		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			

### 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 (ξεχωριστό αρχείο στο e-mail)

- 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

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται ο φοιτητής να είναι σε θέση:

- Να κατανοεί τις προτιμήσεις και τις διεργασίες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων των τόσο των κλασικών καταναλωτών όσο και των ψηφιακών καταναλωτών
- Να εξηγεί τις θεωρητικές έννοιες που αφορούν την ψυχολογία του καταναλωτή.
- Να αναπτύσσει στρατηγικές και σχέδια μάρκετινγκ που να βασίζονται στην ψυχολογία του καταναλωτή
- Να προσδιορίζει τις ποιοτικές – ποσοτικές μεθόδους για τη μέτρηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών.
- Να γνωρίζει και να κατανοεί την ψυχολογία σχεδιασμού ιστοσελίδων ώστε να επηρεάζει τον ψηφιακό καταναλωτή
- Να γνωρίζει και να κατανοεί την ψυχολογία της «πληρωμένης» διαφήμισης και της «κοινωνικής» διαφήμισης

#### **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
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

### **3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Το μάθημα περιλαμβάνει τις θεματικές ενότητες:

- 1.Ο Κόσμος του Καταναλωτή – Εισαγωγικά
- 2.Τμηματοποίηση Αγοράς & Τοποθέτηση Προϊόντος
- 3.Παραγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά- Πολιτικοί παράγοντες
- 4.Παραγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά- Προσωπικοί παράγοντες
- 5.Παραγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά- Κοινωνικοί παράγοντες
- 6.Παραγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά- Ψυχολογικοί παράγοντες
- 7.Μοντελα καταναλωτικής συμπεριφοράς
- 8.Λήψη Αποφάσεων από τον Καταναλωτή
- 9.Μη ορθολογικές αποφάσεις και παράδοξα
- 10.Καταγραφή της μεταβολικής δραστηριότητας, της ηλεκτρικής δραστηριότητας και της βιομετρίας του εγκεφάλου
- 11.Νευρομαρκετινγκ
- 12.Ψηφιακο νευρομάρκετινγκ
- 13.Σχεδιασμός ιστοσελίδων και ψηφιακών διαφημίσεων σύμφωνα με την ψυχολογία καταναλωτή

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο και εξ αποστάσεως εκπαίδευση όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο</p>							
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<p>Γίνεται χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές και στη διάθεση του εκπαιδευτικού υλικού, κυρίως μέσω της πλατφόρμας eclass (ανακοινώσεις, διαφάνειες διαλέξεων και λοιπό εκπαιδευτικό υλικό, ανάρτηση και υποβολή εργασιών, ομάδες χρηστών, συζητήσεις, ηλεκτρονικά μηνύματα, ασκήσεις, γλωσσάριο, πολυμέσα), αλλά και συμβατικού e-mail.</p>							
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση</i></p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Διαλέξεις</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Συγγραφή εργασίας</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας</td> <td>43,50</td> </tr> </table>	Διαλέξεις	39	Συγγραφή εργασίας	50	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	43,50	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
Διαλέξεις	39							
Συγγραφή εργασίας	50							
Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	43,50							

<p>βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>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</p>	Μη καθοδηγούμενη μελέτη	55
	<b>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</b>	<b>187,50</b>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>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</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γραπτή εξέταση (80% του τελικού βαθμού) που περιλαμβάνει ερωτήσεις σύντομης ανάπτυξης και επίλυση προβλημάτων</li> <li>• Εργασία (20% του τελικού βαθμού)</li> </ul>	

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

[Michael Diamantstein](#), “ The Age of Digital Consumer Behavior “, PublisherShakespeare & Company 2020 (ISBN1951121422)

[Angeline Close Scheinbaum](#), ”Online Consumer Behavior Theory and Research in Social Media, Advertising and E-tail”, Routledge 2017

[Κόλλιας Οδυσσέας](#), «Νευρομάρκετινγκ», iWrite.gr 2019