

# Περιεχόμενα

## ΜΕΡΟΣ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

<b>ΚΕΦ. 1</b>	<b>Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στη Κοινωνία και την Οικονομία</b>	<b>29</b>
1.1	Εισαγωγικές Οικονομικές Έννοιες	29
1.2	Η Εξέλιξη και το Περιεχόμενο του Μάρκετινγκ	36
1.3	Η Λειτουργία του Μάρκετινγκ	46
1.4	Κριτική για το Μάρκετινγκ	53
1.5	Το Μάρκετινγκ στα Πλαίσια των Κοινωνικών και Οικονομικών Επιστημών	58
<b>ΚΕΦ. 2</b>	<b>Αγοραστική Συμπεριφορά Ατόμων, Επιχειρήσεων και Οργανισμών</b>	<b>67</b>
2.1	Οι Ανάγκες	67
2.2	Αντίληψη, Επιλεκτικότητα, Μάθηση	73
2.3	Κοινωνικές Τάξεις	74
2.4	Κοινωνικές Τάξεις	77
2.5	Αγοραστική συμπεριφορά επιχειρήσεων και οργανισμών	82

## ΜΕΡΟΣ 2ο: ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

<b>ΚΕΦ. 3</b>	<b>Έρευνα Μάρκετινγκ και Έρευνα αγοράς</b>	<b>91</b>
3.1	Συστήματα Πληροφοριών Μάρκετινγκ και Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων Μάρκετινγκ	91
3.2	Εισαγωγικά για την Έρευνα Μάρκετινγκ	96
3.3	Περισσότερα για την Έρευνα Μάρκετινγκ	97
3.4	Στατιστική	100
3.5	Τα Στάδια της Διαδικασίας της Καταναλωτικής Έρευνας	105

<b>ΚΕΦ. 4</b>	<b>Προσδιορισμός και Διατύπωση του Προβλήματος .....</b>	<b>111</b>
4.1	Η Συνεργασία των Επιχειρήσεων με τις Εταιρίες Έρευνας Μάρκετινγκ.....	111
<b>ΚΕΦ. 5</b>	<b>Σχεδιασμός της Έρευνας και Προσδιορισμός των Πηγών των Πληροφοριών .....</b>	<b>119</b>
5.1	Πηγές Πληροφοριών .....	119
5.2	Διαχωρισμός των Ερευνών με Διάφορα Κριτήρια .....	121
5.3	Διερευνητικές, Περιγραφικές και Αιτιολογικές Έρευνες.....	124
5.4	Ποιοτικές Έρευνες.....	131
<b>ΚΕΦ. 6</b>	<b>Σχεδιασμός Μεθόδων Συλλογής Στοιχείων και Εργαλείων Έρευνας .....</b>	<b>139</b>
6.1	Παρατήρηση .....	140
6.2	Συλλογή Πρωτογενών Στοιχείων με την Απογραφή Αποθεμάτων, τα Ημερολόγια, το Τηλέφωνο, το Ταχυδρομείο και το Διαδίκτυο.....	142
6.3	Διεξαγωγή Εξωτερικών Ερευνών (Field Work) με Προσωπική Συνέντευξη.....	148
6.4	Η Χρήση του Ερωτηματολογίου στη Συλλογή των Στοιχείων .....	149
6.5	Η Συνέντευξη ως Τεχνική της Έρευνας Μάρκετινγκ .....	160
<b>ΚΕΦ. 7</b>	<b>Σχεδιασμός του Δείγματος και Συλλογή των Στοιχείων.....</b>	<b>169</b>
7.1	Μέθοδος Δειγματοληψίας και Απογραφή.....	169
7.2	Σφάλματα στη Δειγματοληψία.....	172
7.3	Τυχαία και μη Τυχαία Δειγματοληψία .....	173
7.4	Μέθοδοι Τυχαίας Δειγματοληψίας .....	175
7.5	Μέθοδοι μη Τυχαίας Δειγματοληψίας .....	180
<b>ΚΕΦ. 8</b>	<b>Ανάλυση και Ερμηνία των Στοιχείων.....</b>	<b>187</b>
8.1	Τα Στάδια της Ανάλυσης των Στοιχείων και ο Έλεγχος .....	187
8.2	Η Κωδικοποίηση στο Ερωτηματολόγιο.....	191
8.3	Η Χρήση των Πινάκων στην Ανάλυση των Στοιχείων .....	194
8.4	Οι Πίνακες Διπλής Εισόδου.....	196
8.5	Ανάλυση Στοιχείων με Χρήση Ηλεκτρονικών Υπολογιστών .....	199
<b>ΚΕΦ. 9</b>	<b>Σύνταξη και Παρουσίαση της Έκθεσης Αποτελεσμάτων της Έρευνας .....</b>	<b>209</b>
<b>ΚΕΦ. 10</b>	<b>Δεοντολογία στην Έρευνα Αγοράς .....</b>	<b>219</b>
10.1	Κώδικας Δεοντολογίας της ESOMAR για την Έρευνα Αγοράς .....	219
10.2	Βασικά Άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας της ESOMAR.....	226
10.3	Κώδικας Επαγγελματικής Πρακτικής του Συλλόγου Εταιριών Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς .....	229

**ΜΕΡΟΣ 3ο: ΣΤΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

<b>ΚΕΦ. 11</b>	<b>Στρατηγικός Σχεδιασμός και Στρατηγικές Αποφάσεις Μάρκετινγκ.....</b>	<b>239</b>
11.1	Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ.....	239
11.2	Τμηματοποίηση της Αγοράς, Στόχευση και Τοποθέτηση.....	245
<b>ΚΕΦ. 12</b>	<b>Πολιτική Προϊόντος .....</b>	<b>255</b>
12.1	Διακρίσεις Προϊόντων .....	256
12.2	Συσκευασία και Όνομα Προϊόντος.....	262
12.3	Εισαγωγή Νέου Προϊόντος .....	267
12.4	Κύκλος Ζωής του Προϊόντος (Κ.Ζ.Π.).....	272
12.5	Τροποποίηση ή Εξάλειψη Υπαρχόντων Προϊόντων.....	281
<b>ΚΕΦ. 13</b>	<b>Πολιτική Διανομής .....</b>	<b>287</b>
13.1	Φυσική Διανομή .....	287
13.2	Οι Λειτουργίες της Διανομής .....	291
13.3	Τα Αποθέματα .....	293
13.4	Οι Ενδιάμεσοι.....	296
13.5	Logistics .....	300
13.6	Κατηγορίες Καταστημάτων και Συμπεριφορά Αγοραστών .....	307
13.7	Μια Πρωτοποριακή Πρόταση για τη Διανομή .....	309
<b>ΚΕΦ. 14</b>	<b>Πολιτική Τιμολόγησης .....</b>	<b>317</b>
14.1	Τιμή .....	317
14.2	Ενδοεπιχειρησιακοί Παράγοντες για το Καθορισμό της Τιμής.....	319
14.3	Εξωτερικοί Παράγοντες για το Καθορισμό της Τιμής.....	322
14.4	Η Διαδικασία της Τιμολόγησης.....	324
14.5	Τιμολόγηση και Επιχείρηση .....	326
14.6	Μέθοδοι και Πολιτικές Τιμολόγησης .....	329
14.7	Τιμολόγηση και Κόστος στις Διάφορες Μορφές Αγοράς.....	338
14.8	Άλλες Τεχνικές Τιμολόγησης .....	348
<b>ΚΕΦ. 15</b>	<b>Το Μίγμα της Προώθησης.....</b>	<b>355</b>
15.1	Επικοινωνία .....	356
15.2	Διαφήμιση .....	358
15.3	Κατηγορίες Διαφήμισης .....	362
15.4	Οι Εμπλεκόμενοι στη Διαφήμιση .....	366
15.5	Σχεδιασμός Διαφημιστικής Εκστρατείας .....	369
15.6	Η Μέτρηση Αποτελεσματικότητας της Διαφήμισης .....	373
15.7	Δημοσιότητα .....	378
15.8	Δημόσιες Σχέσεις .....	379
15.9	Προώθηση των Πωλήσεων .....	385

15.10 Συμπληρωματικές Προωθητικές Ενέργειες .....	390
15.11 Merchandising .....	394
15.12 Σχεδιασμός του Καταστήματος και Οργάνωση των Χώρων .....	396
15.13 Τοποθέτηση του Προϊόντος στο Ράφι .....	399
15.14 Εμπορική Χορηγία - Sponsoring .....	401
15.15 Άμεσο Μάρκετινγκ και Database Marketing .....	403
15.16 Προσωπική Πώληση .....	407

## ΜΕΡΟΣ 4ο: ΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

<b>ΚΕΦ. 16 Διαδικασίες και Προγραμματισμός Μάρκετινγκ .....</b>	<b>427</b>
16.1 Γενικά περί Προγραμμάτων Μάρκετινγκ .....	427
16.2 Ποσοτικές Μέθοδοι και Τεχνικές που Χρησιμοποιούνται στον Προγραμματισμό Μάρκετινγκ .....	431
<b>ΚΕΦ. 17 Η Λειτουργία του Μάρκετινγκ στις Επιχειρήσεις .....</b>	<b>447</b>
17.1 Οργάνωση Μάρκετινγκ .....	447
17.2 Βασικές Λειτουργίες του Τμήματος Μάρκετινγκ.....	452
17.3 Τα Χαρακτηριστικά του Στελέχους Μάρκετινγκ .....	456
17.4 Το Μάρκετινγκ στις Ελληνικές Επιχειρήσεις και η Αγορά Εργασίας .....	458
17.5 Φορείς και Θεσμοί που Αφορούν το Μάρκετινγκ .....	461
17.6 Διαδικασία Εκπόνησης Εργασιών από τους Φοιτητές .....	462
<b>ΚΕΦ. 18 Μορφές και Πεδία Εφαρμογής του Μάρκετινγκ.....</b>	<b>469</b>
18.1 Κατηγορίες του Μάρκετινγκ .....	469
18.2 Οικολογικό Μάρκετινγκ .....	472
18.3 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών .....	478
18.4 Το Μάρκετινγκ της Ολικής Ποιότητας .....	482
18.5 Το Μάρκετινγκ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και στους Επαγγελματίες Παροχής Υπηρεσιών.....	484
18.6 Βιομηχανικό Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Βιομηχανικού Αγοραστή .....	487
18.7 Σχεσιακό Μάρκετινγκ και Customer Relationship Management (CRM) .....	492
18.8 Το Μάρκετινγκ στο Χώρο Παροχής Καλλιτεχνικών Υπηρεσιών.....	495
<b>ΚΕΦ. 19 Μάρκετινγκ στο Χώρο Υπηρεσιών Υγείας .....</b>	<b>505</b>
19.1 Ο Χώρος Παροχής Υπηρεσιών Υγείας .....	505
19.2 Το Μίγμα Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών Υγείας .....	508
19.3 Επιχειρησιακά Σχέδια στον Χώρο των Υπηρεσιών Υγείας.....	523
19.4 Κανονισμοί, Διαδικασίες και Διοίκηση Ολικής Ποιότητας στο Χώρο των Υπηρεσιών Υγείας.....	526
19.5 Ανάγκη για Εφαρμογή Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος .....	529
19.6 Αποτελέσματα από τη Χρήση της Πληροφορικής και του Διπλογραφικού	

---

Λογιστικού Συστήματος .....	534
19.7 Ηλεκτρονικές Προμήθειες στα Ελληνικά Νοσοκομεία .....	537
19.8 Μάρκετινγκ στο Κλάδο των Φαρμάκων .....	541
<b>ΚΕΦ. 20 Στοιχεία Μικροοικονομικής Ανάλυσης για την Τιμολόγηση .....</b>	<b>553</b>
20.1 Ανάλυση της Προσφοράς .....	553
20.2 Ανάλυση του Κόστους .....	555
20.3 Ελαστικότητα της Ζήτησης.....	559
20.4 Η Ελαστικότητα της Ζήτησης και Τιμές .....	565
20.5 Ανάλυση του Νεκρού Σημείου .....	567
20.6 Παράδειγμα Κοστολόγησης-Τιμολόγησης .....	570
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>575</b>



## Βιβλιογραφία 2ου Κεφαλαίου

- 1 WALTERS, C. G., & BERGEL, J. B., «**Consumer Behavior: A Decision-Making Approach**», Nashville: South-Western Publishing, 1989.
- 2 PERRAULT, W. JR, CANNON, J., and McCARTHY, J., «**Basic Marketing**», 19<sup>th</sup> Edition, Illinois: McGraw Hill / Irwin, 2013.
- 3 ΜΑΓΝΗΣΑΛΗΣ, Κ., «**Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή**», Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks, 1997.
- 4 ΣΙΩΜΚΟΣ, Γ., «**Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ**», 3<sup>η</sup> Έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλης, 2011.
- 5 KOTLER, P., «**Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation and Control**», 9<sup>th</sup> Edition, New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1999.
- 6 PERRAULT, W. JR, CANNON, J., and McCARTHY, J., «**Basic Marketing**», 19<sup>th</sup> Edition, Illinois: McGraw Hill / Irwin, 2013.
- 7 FESTINGER, L. and KATZ, D. «**Research Methods in the Behavioral Sciences**», New York, Dryden Press, 1953.
- 8 ENGEL, J. F., BLACKWELL, R. D. and MINIARD, P. W., «**Consumer Behavior**», 10<sup>th</sup> edition, Orlando, Southwestern College Pnb, Nashville 2005.
- 9 GABRIEL, Y. and LANG, T., «**The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentation**», 2<sup>nd</sup> Edition London, SAGE Publications, 2006.
- 10 SCHIFFMAN, G. L. and ΚΑΝΟΥΚ, Λ. Λ., «**Consumer behavior**», Pearson Higher Education, USA Edition, New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 2009.
- 11 ΤΟΜΑΡΑΣ, Π., «**Βιομηχανικό Μάρκετινγκ**», Εκδόσεις του Ιδίου, Αθήνα, 2009.
- 12 ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ, Γ., «**Στρατηγικό Βιομηχανικό Μάρκετινγκ**», Τόμος Α΄, Έκδοση Β΄, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, 2001.