

Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης

Κατατακτήριες εξετάσεις ακαδ. έτους 2017-18.

Η επιλογή των υποψηφίων προς κατάταξη πτυχιούχων σε ποσοστό 12% επί του αριθμού των εισακτέων, θα γίνει μετά από εξέταση σε τρία μαθήματα ως εξής:

- 1) Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ
- 2) Συμπεριφορά Καταναλωτή
- 3) Εισαγωγή στη Στατιστική

Ως εξεταστέα ύλη για τα παραπάνω μαθήματα ορίζεται η ακόλουθη:

«Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ»

Εισαγωγή στην έννοια, τη φιλοσοφία και το περιβάλλον του Μάρκετινγκ
Βασικές έννοιες συμπεριφοράς καταναλωτή και αγοραστή
Έρευνα αγοράς και συστήματα πληροφοριών Μάρκετινγκ
Τμηματοποίηση αγοράς, αξιολόγηση ελκυστικότητας τμημάτων της αγοράς
Επιλογή αγοράς-στόχου, τοποθέτηση προϊόντος στην αγορά-στόχο
Στρατηγική Μάρκετινγκ και μείγμα Μάρκετινγκ
Προϊοντική πολιτική και κύκλος ζωής προϊόντος
Διαχείριση χαρτοφυλακίου προϊόντων
Πολιτική τιμολόγησης
Πολιτική διανομής – κανάλια διανομής
Πολιτική προώθησης – διαφήμιση και προώθηση πωλήσεων
Πολιτική προώθησης – δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα και πωλήσεις

Προτεινόμενη βιβλιογραφία:

Armstrong, G. and Kotler, P. (2009). *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Επίκεντρο (9^η έκδοση), Αθήνα.
Καζάζης, Ν. (2006). *Αποτελεσματικό marketing για κερδοφόρες πωλήσεις*, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.
Τομάρας, Π. (2014). *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ και την έρευνα αγοράς*, Έκδοση (5^η) του ίδιου, Αθήνα.

«Συμπεριφορά Καταναλωτή»

Από το βιβλίο «Συμπεριφορά του Καταναλωτή», Γ. Μπαλτάς, Π. Παπασταθόπουλος, εκδόσεις Rosili :
Κεφάλαια 1 και 5.

«Εισαγωγή στη Στατιστική»

Από το βιβλίο «Στατιστική Επιχειρήσεων», Χουβαρδός Βασίλειος, εκδόσεις Μακεδονικές (ISBN 960-319-199-X):

Μέρος Α΄: Περιγραφική Στατιστική

1. Γενικές έννοιες

2. Παρουσίαση στατιστικών δεδομένων

3. Στατιστικά μέτρα θέσης – διασποράς – ασυμμετρίας – κύρτωσης

4. Στοιχεία θεωρίας πιθανοτήτων

Μέρος Β΄: Πιθανότητες

5. Κατανομές πιθανότητας, θεωρητικές κατανομές

6. Δειγματικές κατανομές